

**ВЕСТНИК
ИВАНОВСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

ISSN 2500-2775 (online)

Серия «Экономика»



2024

**Выпуск
4 (62)**

ISSN 2500-2775 (online)

ВЕСТНИК ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия «Экономика»

Вып. 4 (62)

2024

Научный журнал

Издается с 2000 года

Журнал зарегистрирован в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации
27.05.2016 г. как электронное сетевое издание

Учредитель ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

В. Н. Егоров, д-р экон. наук
(*председатель*)
В. И. Назаров, д-р психол. наук
(*зам. председателя*)
К. Я. Авербух, д-р филол. наук (Москва)
Ю. М. Воронов, д-р полит. наук
Н. В. Усольцева, д-р хим. наук
Ю. М. Резник, д-р филос. наук (Москва)
О. А. Хасбулатова, д-р ист. наук
Л. В. Михеева
(*ответственный секретарь*)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ «ЭКОНОМИКА»:

Е. Е. Иродова, д-р экон. наук
(*главный редактор*) (Иваново)
Е. Е. Николаева, д-р экон. наук
(*зам. главного редактора*) (Иваново)
У. Ж. Алиев, д-р экон. наук
(Республика Казахстан)
Н. А. Амосова, д-р экон. наук (Москва)
З. В. Брагина, д-р экон. наук (Кострома)
В. А. Гордеев, д-р экон. наук (Ярославль)
П. Н. Захаров, д-р экон. наук
(Н. Новгород)
Р. С. Ибрагимова, д-р экон. наук
П. С. Лемещенко, д-р экон. наук
(Республика Беларусь)
А. И. Новиков, д-р экон. наук
(Владимир)
А. А. Чуб, д-р экон. наук (Москва)
Ю. А. Анисимова, канд. экон. наук
(Тольятти)
С. Г. Езерская, канд. экон. наук
(Иваново)
С. Г. Коновалова
(*ответственный секретарь*) (Иваново)

Адрес редакции:

153025 Ивановская обл., г. Иваново,
ул. Тимирязева, 5, к. 720
тел./факс: (4932) 93-85-57
e-mail: politeconom@yandex.ru

Электронная копия журнала размещена
на сайтах www.elibrary.ru,
www.ivanovo.ac.ru

© ФГБОУ ВО «Ивановский
государственный университет», 2024

ISSN 2500-2775 (online)

IVANOVO STATE UNIVERSITY BULLETIN

Series «Economics»

Issue 4 (62)

2024

Scientific journal

Issued since 2000

The journal is registered at the National ISSN Agency of the Russian Federation
on 27.05.2016 as an electronic online publication

Founded by Ivanovo State University

EDITORIAL COUNCIL:

V. N. Egorov, Doctor of Economics
(Chairman)
V. I. Nazarov, Doctor of Psychology
(Vice-Chairman)
K. Ya. Averbukh, Doctor of Philology
(Moscow)
Yu. M. Voronov, Doctor of Politics
N. V. Usoltseva, Doctor of Chemistry
Yu. M. Reznik, Doctor of Philosophy
(Moscow)
O. A. Khasbulatova, Doctor of History
L. V. Mikheeva (Secretary-in-Chief)

EDITORIAL BOARD OF THE SERIES «ECONOMICS»:

E. E. Irodova, Doctor of Economics
(Editor-in-Chief) (Ivanovo)
E. E. Nikolayeva, Doctor of Economics
(Vice-Editor-in-Chief) (Ivanovo)
U. Zh. Aliev, Doctor of Economics
(Kazakhstan)
Z. V. Bragina, Doctor of Economics
(Kostroma)
V. A. Gordeev, Doctor of Economics
(Yaroslavl)
P. N. Zakharov, Doctor of Economics
(N. Novgorod)
R. S. Ibragimova, Doctor of Economics
(Ivanovo)
P. S. Lemeschenko, Doctor of Economics
(Republic of Belarus)
A. I. Novikov, Doctor of Economics (Vladimir)
A. A. Chub, Doctor of Economics (Moscow)
Yu. A. Anisimova, Candidate of Economics
(Tolyatti)
S. G. Ezerskaya, Candidate of Economics
(Ivanovo)
S. G. Konovalova
(Executive Secretary) (Ivanovo)

Address of the editorial office:

153025, Ivanovo region, Ivanovo,
Timiryazev St., 5, office 720
tel./fax: (4932) 93-85-57
e-mail: politeconom@yandex.ru

Electronic copy of the journal can be found
on the web-sites www.elibrary.ru,
www.ivanovo.ac.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Колонка главного редактора 5

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Новиков А. И. Современные проблемы общественного развития и их решение:
политэкономические аспекты 7

РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Боровкова Н. В., Медведева М. В. Маркетинг малых городов как инструмент
повышения их конкурентоспособности 13

Иродова Е. Е., Шуголь А. Д. Развитие и регулирование предпринимательства
в регионе – инструменты и практика 19

Солдатов В. В. Инновационный текстильно-промышленный кластер как новая
парадигма развития текстильной и швейной промышленности (на примере
Ивановской области) 26

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Панов А. М. Маркетинговые стратегии российских предприятий на
международных рынках: проблемы и перспективы 31

ЭКОЛОГИЯ И ЭКОНОМИКА

Суркова А. А. Роль экологической ответственности корпорации в устойчивом
развитии региона 37

Сведения об авторах 44

*Информация для авторов журнала
«Вестник Ивановского государственного университета»* 46

CONTENTS

An editorial 5

ECONOMIC THEORY

Novikov A. I. Modern problems of social development and their solution: political and economic aspects 7

REGIONAL AND MUNICIPAL ECONOMY

Borovkova N. V., Medvedeva M. V. Marketing of small towns as a tool to increase their competitiveness 13

Irodova E. E., Shugol A. D. Development and regulation of entrepreneurship in the region – tools and practice 19

Soldatov V. V. Innovative textile and industrial cluster as a new paradigm for the development of the textile and clothing industry (on the example of the Ivanovo region) 26

**MODERN PROBLEMS OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
OF ENTERPRISES, INDUSTRIES, COMPLEXES**

Panov A. M. Marketing strategies of Russian enterprises in international markets: problems and prospects 31

ECOLOGY AND ECONOMICS

Surkova A. A. The role of the Corporation's environmental responsibility in the sustainable development of the region 37

Information about the authors 44

Information for the authors of «Ivanovo State University Bulletin» 46

Колонка главного редактора

Вестник Ивановского государственного университета серии «Экономика» в рамках 4 номера, завершающего 2024 год, следуя традициям классического вуза, продолжает продвигать такие крупные рубрики как «Экономическая теория», «Региональная и муниципальная экономика», «Современные проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами», «Экология и экономика», благодаря которым удастся достаточно емко представить исследовательский вклад представителей научного сообщества Ивановского региона в развитие современной экономической мысли. В текущем номере представлены аналитические материалы тех авторов, которые пока еще делают самые первые шаги в научно-исследовательском направлении. Надеемся, что в ближайшем будущем новые имена станут широко известными и смогут сформировать в научном поле свою собственную исследовательскую платформу.

В целом, содержание представленных материалов подчинено общей проблеме роста деловой активности на уровне национальной и региональной экономики и выходу на новый уровень в экономическом развитии. В частности, в 2020 г. ВВП России снизился на 3 %. Но, уже начиная с 2021 года, обозначились перспективы восстановительного роста (4,6 %), в 2023 году ВВП вырос на 3,6 %, после снижения в 2022 году на 1,2 %, и по итогам 2024 г. должен подрасти на 3,9 %. Обзор аналитики в представленных авторами статьях, демонстрирует вполне определенную нацеленность разработок отечественных специалистов, в частности, экономистов Ивановской области, на решение ключевой проблемы – наращивания темпов экономического роста в рамках интегрированного социально-экономического и правового вектора развития. В частности, А. И. Новиков акцентирует внимание на узконаправленном развитии российской экономики, функционирующей в интересах представителей крупного капитала, и сталкивающейся с проблемой падения эффективности государственно-политического механизма в силу проявления массового беззакония в экономической сфере. В этой связи автор формулирует ключевые задачи общественного развития России. В статье В. В. Солдатова звучит идея инновационного текстильно-промышленного кластера в формате эффективного взаимодействия текстильной и швейной промышленности на современной инновационной основе. В этой связи актуализируется роль государственно-частного партнерства, которое может обеспечить продвижение текстильно-промышленного кластера в Ивановском регионе. Н. В. Боровкова и М. В. Медведева в своей статье привлекают внимание (на примере Ивановской области) к практике территориального маркетинга в контексте поиска потенциальных точек роста малых городов для повышения уровня их конкурентоспособности. А. М. Панов рассматривает перспективы выхода российских компаний

на международные рынки при условии разработки эффективных, адаптированных под соответствующую среду каждого конкретного рынка маркетинговых стратегий. Региональные мотивы звучат в статье Е. Е. Иродовой и А. Д. Шуголь, где основной акцент сделан на исследовании механизмов влияния малого бизнеса на экономическое развитие современной России с учетом государственной поддержки путем формирования комфортной бизнес-среды. А. А. Суркова связывает проблемы устойчивого развития и экономической динамики регионов с ключевыми экологическими инициативами современных предприятий, ориентированными на концепцию EGS (на примере компании «Эггер Древпродукт Шуя»).

Таким образом, мы заостряем внимание на наиболее существенных социально-экономических проблемах, касающихся инструментов влияния на хозяйственное развитие, и приглашаем специалистов в области региональной и национальной экономики, а также всех заинтересованных лиц к участию в их обсуждении на страницах нашего журнала.

Е. Е. Иродова,
доктор экономических наук, профессор

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 316.42:330.34

А. И. Новиков

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ И ИХ РЕШЕНИЕ: ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. Рассматриваются проблемы общественного развития, их первопричина, природа их проявления и возможные последствия, выделяется роль общественных институтов, доказывается снижение их роли влияния в современном мире, отмечается, что по причине не совершенствования институтов у бедных стран нет возможности генерировать экономический рост, что порождает бедность населения в этих странах. Структурированы проблемы общественного развития, выделен асоциальный тип общественного развития, противостояние или эрозия процессов глобализации и национальной идентичности, отмечаются последствия глобальной рецессии, замедление экономического роста на фоне роста государственных долговых обязательств и закредитованности субъектов экономики. Выделены вопросы теоретического плана общественного развития, системы оценок развития экономики, методологической культуры экономических исследований. Обоснованы первостепенные задачи общественного развития, стоящие перед Россией.

Ключевые слова: общественное развитие, политэкономический подход, проблемы современности и задачи их разрешения.

А. I. Novikov

MODERN PROBLEMS OF SOCIAL DEVELOPMENT AND THEIR SOLUTION: POLITICAL AND ECONOMIC ASPECTS

Abstract. The problems of social development, their root cause, the nature of their manifestation and possible consequences are considered, the role of public institutions is highlighted, the decrease in their role of influence in the modern world is proved, it is noted that due to the lack of improvement of institutions, poor countries do not have the opportunity to generate economic growth, which generates poverty in these countries. The problems of social development are structured, the antisocial type of social development, the confrontation or erosion of the processes of globalization and national identity are highlighted, the consequences of the global recession, the slowdown in economic growth against the background of the growth of government debt obligations and the debt burden of economic entities are noted. The issues of the theoretical plan of social development, the system of economic development assessments, and the methodological culture of economic research are highlighted. The primary tasks of social development facing Russia are substantiated.

Key words: social development, political economic approach, problems of modernity and the tasks of their resolution.

© Новиков А. И., 2024

2024. Вып. 4 (62) •

Согласно марксистской теории, ход общественного развития предопределен исторически обусловленными способами производства, социальными, экономическими и политическими отношениями. Развитие производительных сил и производственных отношений, определяющих уровень общественного развития, определяют экономические и социальные факторы, институциональная среда и пр.

Современная эпоха характеризуется глубокими, радикальными и необратимыми процессами во взаимодействии человека и природы, динамическими изменениями во всех сферах общественной жизни. В мире наблюдается обострение международных отношений, военное противостояние, всевозможные санкции, отрицательно влияющие на общественное развитие той или иной страны. Наблюдается снижение роли общественных институтов (ООН, Международного Олимпийского Комитета МОК) и др. Тон этим процессам задают страны Запада, которые пытаются проводить политику паразитирования, начало которому было положено еще во времена завоеваний в странах Африки, уничтожения коренных народов в Америке. Более подробное описание этих процессов можно найти в монографии Г. Кларка [4, с. 506].

В частности, в своей монографии он попытался объяснить природу богатства одних стран и обществ, и бедности других. За раскрытие природы богатства одних стран за счет колонизации других трем экономистам из США присудили Нобелевскую премию по экономике в 2024 году (Д. Асемоглу, С. Джонсон, Д. Робинсон), которые объяснили бедность одних стран слабостью экономических законов, эксплуатацией населения общественными институтами, которые не способны генерировать экономический рост.

В своих исследованиях ранее нами актуализировались вопросы достижения экономического успеха и благополучия общества при наличии эксклюзивных институтов, а экстрактивные институты, направленные на извлечение и продажу природных ресурсов, ведут к экономической стагнации и развитию бедности [10, с. 78–81; 11].

Современный период развития человечества характеризуется обострением многих проблем общественного развития. Это выражается в разрыве уровней жизни между гражданами условно богатых стран Западной Европы, и бедных стран Африки и Латинской Америки. По данным Р. Хейльбронера, разрыв в доходах в настоящее время увеличился до 8 раз [12, с. 55].

Причем более 2/3 этих диспропорций объясняется технологическими изменениями, которые достигнуты в Европейских странах за последние 30 лет. В новых, перспективных моделях страны Африки по-прежнему рассматриваются поставщиками природных ресурсов. Вот почему многие страны так называемого Юга видят в объединении БРИКС путь к цивилизованному миру, взаимовыгодному сотрудничеству. С целью нанесения стратегического поражения России, богатой природными ресурсами, западные страны спровоцировали военное столкновение Украины и России.

Ход развития мирового сообщества свидетельствует о том, что нынешнее поколение может быть свидетелем новой архитектуры, деловых центров притяжения и культурных образований в формате нового миропорядка на базе феноменального общественного объединения (БРИКС) из переплетений противоречий между странами условного Юга и Западом.

Современный мир характеризуется ростом неопределенности, политической непредсказуемостью, нарушением экологического равновесия. Эти

и другие проблемы актуализируют вопросы современного общественного развития. Современные теоретики экономисты, владея всеми инструментами анализа, статистики, программирования, пока не могут предложить исчерпывающую теорию общественного развития на базе экономического роста, повышения эффективности производства, справедливого обмена, рационального потребления и пр.

Инициированные странами Запада реформы в области энергетики предполагали дальнейшее закабаление стран Юга, выступающих поставщиками углеводородного сырья за счет налогов на так называемый углеродный след. То есть, если эти страны ранее выступали как нетто-поставщики сырьевых ресурсов, то модель перехода к зеленой экономике предполагает перевод экономик этих стран в режим нетто-капитала для богатых стран Запада. То есть в кабинетах правительств стран Запада была рождена новая модель эксплуатации в форме ловушки отсталости для развивающихся стран. Если страны Запада, продвигая «Зеленую повестку» заявляют ее как новую реальность, то страны Юга рассматривают сохраняющееся неравенство в плане доступности к общественным благам как «новую ненормальность».

Таким образом, рамка политических противостояний между Глобальным Югом и странами Запада ведет к обострению противоречий в сфере энергетики. В результате нанесен урон таким глобальным уникальным проектам как «Северный поток», использование энергии солнца для производства электроэнергии (установка солнечных батарей в Марокко и последующей передачи энергии в Европу), строительство гидроэлектростанции в Охотском море с целью использования приливной волны и др.

Отталкиваясь от вышеназванного, можно структурировать проблемы общественного развития следующим образом:

1. Наблюдается асоциальный тип общественного развития. Асоциальность проявляется в поступках, не соответствующих нормам и правилам общественной морали (ЛГБТ). Детям прививается интерес к изменениям пола, традиционного образа поведения и приобретение облика животных (движения квадрокоптеров и фурри).

2. Наблюдается противостояние и эрозия процессов глобализации и национальной идентичности. Страны Запада пытаются сохранить механизмы глобализации, предполагающие незаконное присвоение благ на фоне снижения доли этих стран в их производстве. Новая «ненормальность» породила кризис смыслов, и как следствие, смену базовых приоритетов и парадигм жизнедеятельности личности и общества [3; 7, с. 1–23].

3. Активизировались процессы глобальной рецессии и ее последствий. В соответствии с заявлениями руководителей Международного валютного фонда в мире обострились процессы глобальной рецессии в форме «снижения годового реального ВВП на душу населения в мире, снижения макроэкономических показателей (промышленного производства, торговли, обесценение финансового капитала, энергоресурсов), потребления благ на душу населения, повышение уровня безработицы и пр. [9]. Активные дискуссии ведутся по поводу рецессии в Европе, прежде всего в Германии. В мире наблюдается картина снижения темпов роста экономики на фоне роста долговых обязательств [13].

4. Наблюдаются процессы замедления роста мировой экономики на фоне роста долговых обязательств или закредитованности экономики. В последние годы доминировала модель экономического роста за счет совокупного

спроса. Рост спроса достигался в основном за счет увеличения кредитов, заемных средств субъектами экономики.

По данным UNCTAD, в 2023 году совокупный объем государственного долга в мире превысил 97 трлн долларов, а мировой ВВП за прошлый год, по оценкам специалистов, составил 105,4 трлн дол., то есть долг эквивалентен объемам производства годового добавочного продукта [14; 15]. А совокупный долг всех стран, с учетом долговых обязательств субъектов экономики, по данным МВФ, достиг \$235 трлн., что составляет уже 238 % от мирового ВВП [16].

5. Есть вопросы теоретического плана общественного развития, по системе оценок развития экономики, методологической культуры экономических исследований. Интерпретируя позицию Б. Д. Бабаева по вопросам философии общественного развития, выделим несколько моментов [2].

Во-первых, следует иметь в виду, что максимальный уровень общественного развития достигается в случае, если общественное производство сориентировано на удовлетворение потребностей общества, когда обмен работает на интересы всего человечества, а не узкой группы лиц.

Во-вторых, должна быть ориентация исследования на раскрытие объективной диалектики противоречивого хода общественного развития и его материалистических корней.

В-третьих, должно быть обеспечено внутреннее единство экономической системы и механизмов ее формирования, базирующихся на общественном сознании.

В-четвертых, политэкономический подход общественного развития представляет собой научную концепцию, базирующуюся на глубоком исследовании прежде всего внутренних закономерностей общественного развития, способов производства, преодоление противоречий, возникающих в процессе общественного развития. Именно политэкономический подход позволит решить задачи по устранению противоречий между экономическими законами, носящими объективный характер, и субъективными явлениями, объясняющих смещение общечеловеческих ценностей (гендерный вопрос, воспроизводство населения и пр.).

В этой связи, как нам представляется, требуются новые концепции общественного развития, конкретизация и модернизация общественных построений (объединений) со злободневными политическими решениями и позитивной экономикой. В концептуальном плане с целью поступательного развития общества это согласуется с позицией О. Конта [5, с. 192].

В контексте этой статьи можно выделить следующие первостепенные задачи общественного развития, стоящие перед Россией.

1. Следует констатировать, что для России, решающей задачи по достижению национального суверенитета, технологической и энергетической независимости, продовольственной безопасности, сохранения традиционных ценностей, общий тренд общественного развития имеет положительный вектор.

2. Можно выделить особенности общественного развития стран Запада и России. Если богатства западных стран формируются в основном за счет информационных и технологических ресурсов, выступающих неэкономическими, а политическими элементами общественной системы, то для России, с ее устоявшимися устоями в системе общественного развития, трансформаци-

онные изменения должны предполагать усиления роли экономических законов, опирающихся на факторы труда и человеческого капитала.

3. В предыдущих публикациях нами обоснована идея болезни российской экономики как квазистатического процесса, описана симптоматика, в том числе обусловленная теорией недопотребления [8]. За последние четыре года произошли изменения в этом процессе, в том числе обусловленные проведением специальной военной операции. В проекте бюджета на 2025 год более 30 % или более 13 трлн р. предусмотрено на военные расходы. Безусловно, заявленные масштабы должны предполагать изменения в механизмах распределения национального богатства, более справедливого его распределения. В приведенной публикации был аргументирован фактор «недоверия» и обосновано влияние этого фактора на будущее развитие экономики страны [1]. В развитии этого тезиса можно привести слова, высказанные Министром обороны Российской Федерации А. Р. Белоусовым при его назначении в структурах Федерального Собрания: «Ошибаться можно, врать нельзя». В общественном сознании российского общества это заявление нашло поддержку и одобрение.

4. Чтобы не декларировали политики, современная экономика России базируется на капиталистическом способе производства, основанного на частной форме собственности. Частная форма собственности ведет к присвоению результатов хозяйственной деятельности в интересах узкого круга лиц (олигархов). Следует признать, что с точки зрения общественного развития экономика работает не на развитие всего общества, а на интересы капитала. Вот почему российское общество столкнулось с проблемой низкой эффективности государственно-политического механизма, аморальным поведением «верхушки» Министерства обороны (мошенничество и присвоение военного имущества) и ряда отечественных олигархов (противопоставление общепринятым правилам), массовым беззаконием в экономической сфере.

5. С нашей точки зрения, исследования по оптимальной стабилизации общественного развития должны быть направлены на обобщение имеющихся результатов при ослаблении негативных условий. А симптоматический анализ предполагает описание предельного поведения функций и достижение оптимального равновесия. Поэтому разрабатываемые ныне стратегии социально-экономического развития России должны учитывать аспекты достижения устойчивости общественной системы.

Библиографический список

1. *Александрова О. А.* Обеспечение атмосферы доверия как условие экономического развития // *Экономическое возрождение России*, 2019. № 3 (61). С. 71–80.
2. *Бабаев Б. Д.* Как подготовить и успешно защитить диссертацию по экономическим наукам: научно-методологическое пособие. М.: Дашков и К, 2011. 348 с.
3. *Гранин Ю. Д.* Глобализация: эрозия национальной идентичности // *Век глобализации*. 2015. Вып. 1 (15).
4. *Кларк Г.* Прощай нищета! Краткая экономическая история мира / пер. с англ. Н. Эдельмана. 2-е изд. М.: Изд-во института Гайдара, 2013. 506 с.
5. *Конт О.* Система позитивной политики // *Родоначалники позитивизма*. Вып. 2. СПб., 1910. 192 с.
6. *Короткая М. В.* Конкуренция и ее альтернативы в условиях новых технологических укладов // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2020. № 8-1. С. 65–71. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=1257> (дата обращения: 14.10.2024).

7. Мухаев Р. Т. Глобализация и кризис национальной идентичности: в поисках новых форм репрезентации // PolitBook. 2020. № 4. С. 1–23.
8. Новиков А. И. Болезни российской экономики и методы их лечения // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2020. Вып. 1 (43). С. 7–16. URL: <https://yandex.ru/search/?clid=2186617&text=%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0>
9. Новиков А. И. Измерение экономических процессов реформирования экономики России: методологические аспекты // Форсайт «Россия»: новое производство для новой экономики. Т. II: сб. докл. Санкт-Петербургского международного экономического конгресса (СПЭК-2016) / под общ. ред. С. Д. Бодрунова. М.: ИНИР, культурная революция, 2016. С. 572–580.
10. Новиков А. И. Экономическая и социальная модернизация как условие неоиндустриального развития России // Россия: тенденции и перспективы развития: ежегодник. Вып. 11 / РАН. ИНИОН. Отд. науч. сотр.; отв. ред. В. И. Герасимов. М., 2016. Ч. 3. С. 78–81.
11. Новиков А. И., Виткина М. К. Инклюзивная экономика и социальная ответственность в регионах мира: дилемма или общественное согласие // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2018. № 2 (54). URL: <https://eee-region.ru/number-jour/2018-54/>
12. Heilbroner R. Century Capitalism. N.Y.L. 1993. P. 55.
13. Рецессия глобальной экономики. URL: <https://www.interfax.ru/world/987261> (дата обращения: 14.10.2024).
14. Мировой ВВП. URL: <https://ru.tradingeconomics.com/world/gdp> (дата обращения: 14.10.2024).
15. Финансовый омбудсмен: Не в России стало лучше, а за границей стало хуже. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/203655026> (дата обращения: 14.10.2024).
16. Совокупный долг в мире. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/203655026> (дата обращения: 14.10.2024).

РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.14

Н. В. Боровкова, М. В. Медведева

МАРКЕТИНГ МАЛЫХ ГОРОДОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация. В данной статье представлено описание практики использования маркетинга территорий для повышения конкурентоспособности малых городов РФ (преимущественно Ивановской области) и качества жизни населения, выделены группы проблем в реализации инструментов маркетинга территорий на практике и предложен ряд рекомендаций.

Тематика данной статьи является актуальной как с теоретической, так и с практической точек зрения. В настоящее время тема исследований и поиска точек роста малых городов, а также применения для этих целей современного инструментария, в частности, из сферы территориального маркетинга, находит свое отражение не только в работах ученых, но и в ходе реализации представителями госорганов РФ конкретных практических действий на разных уровнях управления территориями.

Повышение уровня жизни населения страны, регионов и отдельных территорий является одной из первоочередных задач руководства РФ. Но в ходе практической реализации маркетингового подхода к развитию малых городов возникает множество проблем экономического, социального, кадрового, организационного, материально-технического и информационного характера. Руководству регионов при поддержке федеральных властей необходимо своевременно решать возникающие проблемы и повышать уровень жизни населения, обеспечивать и устойчивое развитие территорий, в том числе малых городов РФ.

Ключевые слова: государственное и муниципальное управление, государственная политика, маркетинг территорий, малые города, конкурентоспособность малых городов, стратегическое управление территориями, качество жизни населения.

N. V. Borovkova, M. V. Medvedeva

MARKETING OF SMALL TOWNS AS A TOOL TO INCREASE THEIR COMPETITIVENESS

Abstract. This article describes the practice of using territory marketing to increase the competitiveness of small towns in the Russian Federation (mainly the Ivanovo region) and the quality of life of the population, identifies groups of problems in the implementation of territory marketing tools in practice and offers a number of recommendations.

The topic of this article is relevant both from a theoretical and practical point of view. Currently, the topic of research and search for growth points in small towns, as well as the use of modern tools for these purposes, in particular, from the field of

© Боровкова Н. В., Медведева М. В., 2024

2024. Вып. 4 (62) •

territorial marketing, is reflected not only in the works of scientists, but also in the implementation by representatives of state bodies of the Russian Federation of specific practical actions at different levels of territorial management.

Improving the standard of living of the population of the country, regions and individual territories is one of the priorities of the leadership of the Russian Federation. But in the course of practical implementation of the marketing approach to the development of small towns, many problems of an economic, social, personnel, organizational, logistical and informational nature arise. The leadership of the regions, with the support of the federal authorities, needs to solve emerging problems in a timely manner and improve the standard of living of the population, ensure the sustainable development of territories, including small towns of the Russian Federation.

Key words: state and municipal management, public policy, marketing of territories, small towns, competitiveness of small towns, strategic management of the territory, quality of life of the population.

Большинство малых городов (а их в РФ больше 800), начиная с 90-х годов прошлого века, сталкивается со схожими проблемами: отрицательный прирост населения, отток молодежи, сокращение доходов и покупательной способности населения, сложности ведения бизнеса.

Для исправления ситуации в рамках текущей государственной политики Президент и Правительство РФ уделяют особое место развитию малых городов. В РФ к малым городам относят те, население которых не превышает 50 тыс. чел.

Перечислим ряд государственных программ, направленных на развитие малых городов:

1. Госпрограмма «Города больших возможностей и возрождение малых форм расселения» направлена на ускоренное развитие социальной, транспортной, инженерной и информационно-коммуникационной инфраструктуры в опорных населённых пунктах [7]. С 2025 года они получают приоритет при распределении федерального финансирования.

2. Программа развития малых городов, предложенная Президентом РФ В. В. Путиным в феврале 2024 года. Согласно ей, нужно определить перечень 200 крупных и малых городов, для которых разработать мастер-планы. В целом программа развития должна охватить более двух тысяч населённых пунктов, включая сёла и посёлки.

3. Программа «Земский работник культуры». С 2025 года специалист, который переедет на работу в малый город, сможет получить единовременную выплату в один миллион рублей. На Дальнем Востоке, в Донбассе и Новороссии эта сумма будет вдвое выше – два миллиона рублей.

Опыт ряда малых городов показывает, что при грамотном управлении за счет разработки обновленных стратегий развития территорий, участия территорий в государственных программах и национальных проектах, а также за счет применения современных инструментов развития, продвижения территорий, можно добиться повышения их конкурентоспособности.

В частности, маркетинговый подход в управлении территориями направлен на поддержание и повышение привлекательности территории для проживания, организации бизнеса и туризма, то есть способствует реализации основной цели муниципальных образований. Вышеперечисленное актуально и для реализации в малых городах РФ.

Под территориальным маркетингом в литературе понимают некоммерческий вид маркетинга в интересах территории, ее внутренних и внешних

субъектов (потребителей), во внимании которых заинтересована данная конкретная территория [2].

Основной стратегической целью территориального маркетинга считается улучшение качества жизни населения, что крайне необходимо для сохранения самоидентичности малых городов и их устойчивого экономического развития.

В задачи маркетинга территории входят следующие [2]:

- оптимизация использования ресурсов территории и более полное раскрытие ее потенциала;
- формирование и улучшение имиджа и деловой репутации территории;
- привлечение туристов и инвесторов;
- повышение конкурентоспособности территории.

Применение инструментов маркетинга территорий обеспечит малым городам такие эффекты, как бюджетный, социальный, коммерческий, инновационный и инвестиционный.

В литературе выделяют следующие основные группы направлений стратегий территориального маркетинга: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности (привлекательности), маркетинг инфраструктуры, маркетинг населения и персонала [4]. Все они направлены на реализацию целей и задач территориального маркетинга в долгосрочной перспективе.

В ходе практической реализации маркетингового подхода к развитию малых городов у руководства регионов и администраций малых городов возникает множество проблем: экономического (снижение налоговых поступлений, сокращение доли трудовых ресурсов и занятых в экономике), социального (демографический и миграционный кризис), кадрового (отсутствие у ряда руководителей территорий образования в сфере государственного и муниципального управления), организационного (логистические сложности с организацией транспортных и туристических потоков), материально-технического (устаревание производственных мощностей) и информационного (недостаточно качественно разработанные сайты администраций, отсутствие местных туристических, инвестиционных порталов) характера.

Существуют различные способы реализации маркетингового подхода на больших территориях, на наш взгляд, их необходимо адаптировать и для развития малых городов. Объединим их в группы по целевому назначению и рассмотрим некоторые из них.

В первую группу инструментов можно включить те приемы, которые будут содействовать экономическому развитию малых городов:

1.1. Разработка стратегии развития (в которой указывают приоритетные направления развития, исходя из анализа социально-экономической, политической ситуации, культурного и научного потенциала, географического положения малого города). Опыт применения: г. Мышкин (Ярославская область).

1.2. Разработка и реализация программ по развитию экономики малого города, восстановлению промышленности, созданию новых рабочих мест. Опыт применения: индустриальный парк Родники, г. Родники (Ивановская область).

1.3. Развитие и продвижение местных брендов. Опыт применения: г. Белев (Тульская область).

Во вторую группу инструментов мы включим способы повышения социальной активности населения, организации интересного и полезного досуга детей и молодежи:

2.1. Активизация населения по участию в общественных слушаниях, обсуждениях региональных и муниципальных программ. Опыт применения: г. Тейково (Ивановская область).

2.2. Организация и поддержка молодежных и детских спортивно-краеведческих движений либо движений культурно-экологической или патриотической направленности. Опыт применения: г. Фурманов (Ивановская область).

2.3. Учреждение стипендии (гранта) имени крупного промышленника, судовладельца, купца, внесшего серьезный вклад в развитие региона. Опыт применения: стипендия имени народного писателя Яакко Ругоева для литературно одаренных студентов, пишущих на финском или карельском языках (все населенные пункты Республики Карелия).

2.4. Поощрение личной инициативы жителей и меценатов по развитию малых городов. Опыт применения: проект семьи Шевцовых «Потаенная Россия», г. Плес (Ивановская область).

Третья группа позволит повысить значимость малого города как для внутренних, так и внешних субъектов территории:

3.1. Представление достижений малого города на федеральном и международном уровне. Опыт применения: малые города Ивановской области на выставке-форуме «Россия» на ВДНХ, г. Москва.

3.2. Актуализация личности политического лидера или публичных фигур, с которыми ассоциируется малый город. Опыт применения: А. Тарковский и г. Юрьеvec (Ивановская область).

3.3. Издание литературы, рассчитанной на различные целевые группы. Опыт применения: г. Светлогорск (Калининградская область).

Четвертая группа приемов обеспечит узнаваемость малого города в масштабах страны и за ее пределами, повысит уровень информированности населения:

4.1. Создание тематических порталов регионов. Опыт применения: Туристический портал всех городов Ивановской области.

4.2. Организация событийных мероприятий (event-management). Опыт применения: г. Суздаль (Владимирская область).

4.3. Организация выставок, фестивалей, форумов, спортивных мероприятий на всех уровнях. Опыт применения: г. Плес (Ивановская область).

4.4. Использование рекламы в федеральных и зарубежных СМИ. Опыт применения: серия роликов про малые города-курорты Краснодарского края.

4.5. Выпуск рекламно-информационной и сувенирной продукции. Опыт применения: г. Мышкин (Ярославская область).

И, наконец, пятая группа инструментов маркетинга, позволит сформировать бренд и закрепить за территорией положительный имидж:

5.1. Разработка бренда территории, в частности, определение миссии, формулировка слогана, логотипа малого города. Опыт применения: г. Сольвычегодск (Архангельская область).

5.2. Формирование имиджа малого города для увеличения узнаваемости, сохранения уникальности и продвижения малого города с учетом имеющихся ресурсов. Опыт применения: г. Сорск (Республика Хакасия).

5.3. Проведение в целях формирования позитивного имиджа традиционных местных праздников. Опыт применения: г. Суздаль (Владимирская область).

Заметим, что в число общих рекомендаций по увеличению привлекательности малого города для населения, туристов и представителей бизнеса, обеспечению его высокой конкурентоспособности, можно включить следующие:

1. Разработка дизайн-кода малого города.
2. Своевременное проведение маркетинговых и социологических исследований, постоянный мониторинг информации о текущей ситуации и возможностях территории, изучение информации от других регионов.
3. Съёмка минифильмов о жизни малого города, его истории, культуре, достопримечательностях.
4. Постоянный поиск социально ориентированных спонсоров, в том числе и среди крупных компаний, базирующихся в регионе.
5. Работа с представителями СМИ и блогерами по повышению узнаваемости малого города.

Все вышеперечисленное невозможно будет реализовать без современной инфраструктуры: наличия отелей, мест общественного питания, транспортной доступности и хороших дорог. Комфортная городская среда и благоприятная экологическая обстановка также являются в данном случае конкурентным преимуществом. Таким образом, участие региона и малых городов в инфраструктурных и экологических федеральных и национальных проектах обязательно! Среди них:

1. «Безопасные качественные дороги» – национальный проект, создан для приведения дорог РФ в нормативное состояние [1].
2. Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды» (реализуется в рамках национального проекта «Жильё и городская среда») [3].
3. Национальный проект «Инфраструктура для жизни» создан с целью повышения обеспеченности жильём, должен быть запущен с 2025 года [5].
4. «Программа модернизации коммунальной инфраструктуры» запланирована на 2023–2027 годы [6].
5. Национальный проект «Экология» – один из национальных проектов в РФ, направленный на охрану окружающей среды [9].

Что касается Ивановской области, то она по развитию малых городов находится в числе лидеров. Проект «Светлый город» позволяет улучшить качество освещения улиц в малых городах Ивановской области, также можно отметить качественно оформленный туристический портал Ивановской области и активно проводимую как в г. Иваново, так и в малых городах региона молодежную политику.

В 2024 году Ивановская область стала победителем на I Национальной премии в сфере формирования комфортной городской среды в номинации «Лучший регион по развитию малых городов и исторических поселений».

Необходимо помнить о том, что наибольший эффект дает комплексное использование различных инструментов и не меньшую важность имеет их соотнесенность с государственной политикой РФ.

Библиографический список

1. Безопасные качественные дороги: национальный проект. URL: <https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/bezopasnye-kachestvennye-dorogi/> (дата обращения: 12.11.2024).
2. *Ергунова О. Т.* Маркетинг территории: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 136 с.
3. Жильё и городская среда: национальный проект. URL: <https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/zhile-i-gorodskaya-sreda/> (дата обращения: 12.11.2024).
4. *Максимова И. В.* Маркетинг территорий: учебно-методическое пособие. Волгоград: Изд-во Волгогр. ин-та упр. – филиала РАНХиГС, 2021. 84 с.
5. Нацпроекты. Новости. URL: <https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/marat-khusnullin-rasskazal-o-novom-natsproekte-infrastruktura-dlya-zhizni/> (дата обращения: 12.11.2024).
6. Об утверждении Стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства РФ на период до 2030 г. с прогнозом до 2035 г. : Распоряжение Правительства РФ от 31 октября 2022 г. № 3268-р. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405560559/> (дата обращения: 12.11.2024).
7. Развитие субъектов Российской Федерации и отдельных территорий: Паспорт федерального проекта (вместе с «Планом реализации федерального проекта») (утв. протоколом проектного комитета федерального проекта «Развитие субъектов РФ и отдельных территорий» от 30.12.2021 г. № 1). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_418086/b6e7361e8e6380eccbac224ea17e8d6f2d70d642/ (дата обращения: 11.11.2024).
8. Чем удивляют малые города Ивановской области. URL: <https://ria.ru/20241113/ivanovskaya--1981420751.html/> (дата обращения: 12.11.2024).
9. Экология: Национальный проект. URL: [URL: https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/ekologiya/](https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/ekologiya/) (дата обращения: 12.11.2024).

УДК 332.14(470.315)

*Е. Е. Иродова, А. Д. Шуголь***РАЗВИТИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РЕГИОНЕ – ИНСТРУМЕНТЫ И ПРАКТИКА**

Аннотация. Статья рассматривает роль малого бизнеса в экономике страны и регионов, акцентируя внимание на значимости государственного регулирования и поддержки для успешного функционирования данного сектора. Обсуждаются ключевые аспекты, связанные с регулированием предпринимательства, а также состояние малого и среднего предпринимательства в Ивановской области. Проведен анализ того, как малый бизнес способствует экономическому развитию страны и обеспечивает занятость населения. Подчеркивается необходимость государственной поддержки для стимулирования эффективности предпринимательства. Изучены механизмы государственного регулирования на двух уровнях: федеральном и региональном, а также представлены основные законы, регулирующие деятельность предпринимателей. Особое внимание уделяется экономическому потенциалу и структурным особенностям малого и среднего бизнеса в Ивановской области. Приведены данные о государственной поддержке, включая финансирование, налоговые льготы и программы поддержки молодых предпринимателей и фермеров. Работа подчеркивает важность государства в создании благоприятной среды для предпринимательства, особенно в контексте современных экономических реалий.

Ключевые слова: предпринимательство, государство, поддержка, регулирование, экономика, малый бизнес.

*Е. Е. Irodova, A. D. Shugol***DEVELOPMENT AND REGULATION OF ENTREPRENEURSHIP
IN THE REGION – TOOLS AND PRACTICE**

Abstract. The article examines the role of small business in the economy of the country and regions, focusing on the importance of government regulation and support for the successful functioning of this sector. The key aspects related to the regulation of entrepreneurship, as well as the state of small and medium-sized enterprises in the Ivanovo region are discussed. The analysis of how small business contributes to the economic development of the country and provides employment to the population is carried out. The need for state support to stimulate the effectiveness of entrepreneurship is emphasized. The mechanisms of state regulation at two levels are studied: federal and regional, and the main laws regulating the activities of entrepreneurs are presented. Special attention is paid to the economic potential and structural features of small and medium-sized businesses in the Ivanovo region. The data on government support, including financing, tax incentives and support programs for young entrepreneurs and farmers, are presented. The work highlights the importance of the state in creating a favorable environment for entrepreneurship, especially in the context of modern economic realities.

Key words: entrepreneurship, government, support, regulation, economy, small business.

© Иродова Е. Е., Шуголь А. Д., 2024

2024. Вып. 4 (62) •

Предпринимательство – деятельность, осуществляемая человеком на свой страх и риск, с целью получения систематической прибыли. Предпринимательская деятельность появляется после того, как экономический субъект принимает решение о реализации определенной идеи. Преимуществом предпринимательства является полная самостоятельность и свобода выбора вида деятельности, возможность превратить свое хобби в бизнес, независимость. Главным минусом считается ответственность предпринимателя всем своим имуществом перед долгами. Предпринимательство является важным звеном в экономике. Благодаря нему появляются различные инновации, рабочие места, формируется государственный бюджет за счет налоговых выплат. Предпринимательскую деятельность могут осуществлять как физические, так и юридические лица.

Малое и среднее предпринимательство оказывает существенное влияние на экономику в условиях кризиса. Малый бизнес способствует сохранению занятости граждан, что приводит к сокращению уровня безработицы в стране. Предприниматели, в свою очередь, получают некий толчок для развития, так как данный бизнес является более гибким, он умеет эффективно адаптироваться к условиям изменяющегося рынка. Например, в период пандемии Covid-19 люди активно создавали предприятия по пошиву защитных масок. По статистическим данным в России за март 2020 года появилось около 89 новых субъектов МСП. Безусловно, большое количество предприятий закрылось, не выдержав нагрузки. Умение людей подстраиваться под различные экономические ситуации приносит им успех. Еще одно влияние кризисов на бизнес сферу заключается в том, что отечественные производители стали создавать аналогичные товары. Импортозамещение мотивирует предприятия к разработке инновационных продуктов и дает им понимание того, что они могут эффективно закрепить свои позиции на рынке.

Малый бизнес активно развивает экономику страны, в нем трудоустроено около четверти всего трудоспособного населения. Сфера малого предпринимательства содействует развитию крупного бизнеса, создает и развивает новые сегменты рынка, обеспечивает более глубокое удовлетворение потребностей покупателей. Однако без поддержки государства, влияние на экономику не будет таким сильным, и правительству необходимо помогать предпринимателям.

Государственная поддержка и регулирование

Государственная поддержка – это различные механизмы и инструменты правового, организационного, финансового характера применяемые государственными органами власти по отношению к субъектам экономики. Целью поддержки является:

1. Стимулирование экономического роста;
2. Стимулирование создания новых рабочих мест;
3. Развитие конкретных отраслей и регионов. Правительство предоставляет финансовую помощь и налоговые льготы компаниям, работающим в перспективных отраслях экономики (IT-сфера);
4. Финансирование инноваций. Последующее внедрение инноваций в деятельность компаний повысит их конкурентоспособность, как на отечественном, так и на зарубежном рынке;

5. Защита отечественных компаний от зарубежной конкуренции. Государство вводит таможенные пошлины или квоты на импорт определенных товаров.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности – это система мер органов государственной власти для регулирования деятельности предпринимателей и создания благоприятной среды для их развития. Оно необходимо для того, чтобы представители сферы малого и среднего предпринимательства вели честную конкурентную борьбу.

Регулирование происходит на двух уровнях: федеральном и региональном. Федеральное регулирование – это законы, устанавливаемые государством и распространяющиеся на территории всей страны. Региональное регулирование имеет правовую силу только в данном регионе. Если рассмотреть налоговую систему, то налоги состоят из трех уровней: федеральный, региональный и местный. Федеральные налоги – это налоги на прибыль, акцизы, НДС и их ставка для всех единая. Региональные налоги включают транспортный налог с компаний, налог на имущество организаций. В данном случае ставка устанавливается каждым регионом самостоятельно. Согласно Налоговому кодексу Российской Федерации, глава 30 статья 380 «Налоговая ставка»: «Налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации и не могут превышать 2,2 процента, если иное не предусмотрено настоящей статьей» [3]. Предприниматели обязаны соблюдать законы на всех уровнях. Методы государственного регулирования включают в себя:

1. Административно-правовое регулирование;
2. Экономическое регулирование;
3. Смешанное регулирование.

Важнейшим фактором является административно-правовое регулирование – это совокупность правил и законов, устанавливающих общеобязательные критерии, соблюдение которых необходимо для эффективной деятельности граждан. Основные законы данного регулирования:

1. Закон «О защите прав потребителей» – регулирует отношения между потребителем и изготовителем по поводу: качества и безопасности товара, прав и обязанностей изготовителя, а также прав потребителя;

2. Налоговый кодекс Российской Федерации, глава 4 «Общие правила исполнения обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов» – описывает, как рассчитываются и взимаются налоги, как получить отсрочку и т. д.;

3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Государство в рамках административного регулирования выдает предпринимателям лицензии и патентует их продукцию, если в этом есть необходимость. Еще одним важным аспектом является регулирование трудовой деятельности. Правительство устанавливает нормы и законы, регулирующие условия труда, продолжительность рабочего дня и минимальный размер заработной платы. Экономическое регулирование – это комплекс финансовых мер, необходимый для эффективной деятельности предпринимателей. Экономическое регулирование включает в себя налоговую политику, антимонопольную политику, финансовое регулирование фондовых и инвестиционных рынков.

Предпринимательство Ивановской области

Экономический потенциал малых и средних предприятий в Ивановской области имеет достаточно высокие перспективы. Ивановская область – субъект Российской Федерации, входящий в состав Центрального федерального округа. Численность населения в 2023 году составляет 914 725 человек. Область занимает 15 место в рейтинге регионов по занятости в малом бизнесе. Доля занятых субъектов в данном секторе составляет 41,6 % от всей численности занятого населения региона. По данным Реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, рассмотрим количество занятого населения в малом секторе экономики.

Таблица 1

Динамика субъектов малого и среднего предпринимательства за 2020–2022 гг.

	Период		
	2020	2021	2022
Юридические лица	18 538	17 501	16 543
<i>микропредприятия</i>	<i>16 950</i>	<i>15 974</i>	<i>15 041</i>
<i>малые предприятия</i>	<i>1 508</i>	<i>1 450</i>	<i>1 420</i>
<i>средние предприятия</i>	<i>80</i>	<i>77</i>	<i>82</i>
Индивидуальные предприниматели	22 153	23 085	24 215
<i>микропредприятия</i>	<i>21 811</i>	<i>22 753</i>	<i>23 886</i>
<i>малые предприятия</i>	<i>337</i>	<i>327</i>	<i>324</i>
<i>средние предприятия</i>	<i>5</i>	<i>5</i>	<i>5</i>
Итого	40 691	40 586	40 758

На основе таблицы можно увидеть, что в Ивановской области наблюдается устойчивый рост численности индивидуальных предпринимателей. В случае юридических лиц наблюдается обратная тенденция.

В отраслевой структуре малого и среднего предпринимательства Ивановской области доминирующее положение занимают оптовая и розничная торговля, обрабатывающее производство и строительство.

Таблица 2

Отраслевая структура малого и среднего предпринимательства

Вид деятельности	Период		
	2020	2021	2022
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	14 951	15 176	15 141
Обрабатывающее производство	5 050	5 339	5 604
Строительство	4 312	4 096	3 977

Наибольший процент в отраслевой структуре 2022 года занимает торговля оптовая и розничная – 37,1 %, обрабатывающее производство – 13,7 % и строительство 9,7 %.

Оборот малых, микро и средних предприятий в 2022 году составил 441,85 млрд р., в 2021 году оборот составил 544,7 млрд р. За год произошло снижение доходов компании на 102,85 млрд р. Данное изменение при условии, что количество компаний примерно на том же уровне, связано с политической ситуацией, начатой 24 февраля 2022 года, вследствие которой у российских

предпринимателей начались проблемы с импортом сырья. Предприятиям требовалось время, чтобы привыкнуть к новым обстоятельствам.

Ивановская область также считается депрессивным регионом, вследствие чего у предпринимателей появляются определенные трудности в развитии. Депрессивность заключается в экономическом, социальном и политическом упадке. В области наблюдается убыль населения в период с 2005 по 2022 год. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в апреле 2023 г. составила 39,7 тыс. р., в то время как во Владимире она составляет 49,2 тыс. р., а в Ярославле 48,7 тыс. р. Несмотря на низкую среднемесячную оплату труда, уровень общей безработицы с 2020 по 2022 г. снизился с 5,4 % до 3,1 %. Предприятиям, чтобы справиться с депрессивностью, необходимо внедрять инновации в свои товары, улучшать качество предоставляемых услуг и стараться закрепить свои позиции в новых сегментах рынка.

Поддержка и регулирование предпринимательства в Ивановской области

Государственные и региональные органы занимаются поддержкой предпринимательской деятельности. Сегодня на государственном уровне действуют выгодные условия для хозяйствующих субъектов, направленные на стимулирование развития бизнеса. Малым предприятиям предоставляется возможность получить кредиты с пониженной процентной ставкой, варьирующейся от 2,5 % до 4 %. Средства могут быть использованы на покупку или ремонт производственных помещений, а также на приобретение оборудования для расширения мощностей предприятия. Государство также предоставляет налоговые каникулы для индивидуальных предпринимателей, пониженные ставки страховых взносов. Благодаря государственной поддержке ИТ-сфера получает комфортную среду для своего развития. Поддержание данной сферы необходимо в условиях санкций, так как интерес к отечественным разработкам увеличивается.

В 2023 году было выделено 445,8 млрд р. на развитие сельского хозяйства. Эти средства будут использованы для стимулирования инвестиционной активности, технического совершенствования и увеличения экспортной деятельности. В рамках поддержки отрасли, предприниматели имеют возможность участвовать в конкурсе на получение гранта. Фермеры, в свою очередь, могут рассчитывать на гранты «Агростартап», «Агропрогресс» и «грант на развитие семейной фермы».

Молодые предприниматели, занимающиеся инновационной деятельностью, могут принять участие в программе «Умник» от Фонда содействия инновациям. Возрастное ограничение от 18 до 30 лет. Участникам дается возможность получить финансовую помощь в размере 500 тыс. р. Студенты, в свою очередь, могут представить свои проекты в рамках программы «Студенческий стартап». В перспективе можно получить один миллион рублей на реализацию проекта.

В Российской Федерации для предпринимателей создан центр «Мой бизнес», расположенный во многих регионах страны. Это уникальное пространство, в котором можно пройти различные обучения, поучаствовать в мероприятиях, а также получить опыт от успешных предпринимателей. Центр объединяет в себе все региональные институты поддержки, предоставляя предпринимателям широкий спектр услуг. Например, в Ивановской области центр «Мой бизнес» области предоставляют субъектам консультационные

услуги по вопросам начала бизнеса, его регистрации и налогообложения. Ежедневно центр организует семинары на наиболее важные темы для предпринимателей и всех желающих. За последний год услугами регионального центра воспользовалось более полутора тысяч граждан Ивановской области.

Следует отметить, что в Ивановской области существует небольшое количество самостоятельных программ по поддержке малого и среднего бизнеса. Это связано с тем, что регион зависим от трансфертов из федерального бюджета. На 2023 год планируется, что бюджет Ивановской области получит около 48 % всех доходов от государства, что составит примерно 29930,207 млн р. Общие доходы региона на этот год планируются в размере 62493,113 млн р.

Ивановская область участвует в 21 программе федерального уровня. Одной из важных программ является национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». На региональном уровне в рамках программы происходит развитие малого и среднего бизнеса, повышение его конкурентоспособности и, в целом, улучшение экономической ситуации в регионе. Также происходит расширение доступа малого бизнеса к финансовым ресурсам, что приведет к их расширению и стремительному росту. Национальный проект действует до декабря 2024 года.

Государственное регулирование является неотъемлемой составляющей для видения бизнеса. Оно обеспечивает необходимый контроль над деятельностью малого сектора экономики, защищая права потребителей и производителей, а также предотвращая незаконное ведение предпринимательской деятельности.

На территории Ивановской области действует ряд региональных законов, которые оказывают влияние на развитие малого и среднего предпринимательства. Закон № 83-ОЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Ивановской области» имеет схожую структуру с соответствующим федеральным законом, однако он разработан исходя из особенностей Ивановской области. Постановлением Правительства Ивановской области № 89-П была создана автономная некоммерческая организация под названием «Центр координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Ивановской области». Данный центр, под руководством Департамент экономического развития и торговли Ивановской области, оказывает предприятиям помощь в законном экспорте своей продукции. Благодаря возможности экспорта, предприятиям удастся увеличить свою выручку, повысить общий оборот предприятия и стать более конкурентоспособными на международных рынках.

Важным моментом в регулировании считается регулирование налогов. Например, закон № 99-ОЗ «О введении патентной системы налогообложения на территории Ивановской области», определяет потенциальные возможные доходы, которые предприниматели могут получить в различных отраслях при использовании патентной системы налогообложения.

Заключение

В результате изучения данной темы можно утверждать, что эффективное развитие и регулирование предпринимательства в Ивановской области и в целом в России требует комплексного подхода, в рамках которого будут сочетаться федеральные и региональные способы стимулирования бизнеса.

Стремительное развитие малого и среднего предпринимательства в стране требует эффективной поддержки.

Библиографический список

1. *Басарева В. Г.* Малый бизнес России: теоретические основы исследования, моделирование, концепция государственного регулирования / под ред. А. С. Новоселова. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2013. 296 с.
2. Малое и среднее предпринимательство в России. 2017: стат. сб. / Росстат. М., 2022. 103 с.
3. *Мяснянкина О. В., Преображенский Б. Г.* Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства: особенности и направления развития // Регион: система, экономика, управление. 2017. № 4. С. 71–79.
4. *Пашин Д. М., Котенкова С. Н., Мустафин А. Н., Рамазанов А. В.* Основы предпринимательства: учеб. пособие. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. 152 с.
5. *Ульяницкая О. В., Кобзева Е. В.* Основы предпринимательства: учеб. пособие. Алчевск: ЛГУ им. В. Даля, 2023. 255 с.

УДК 334.723

В. В. Солдатов

ИННОВАЦИОННЫЙ ТЕКСТИЛЬНО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КЛАСТЕР КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. В статье рассматривается инновационный текстильно-промышленный кластер как новая парадигма развития текстильной и швейной промышленности, в условиях инновационной экономики, определяется его сущность и содержание.

Ключевые слова: инновационная экономика, инновационный текстильно-промышленный кластер, государственно-частное партнерство, основные субъекты партнерства, принципы партнерства.

V. V. Soldatov

INNOVATIVE TEXTILE AND INDUSTRIAL CLUSTER AS A NEW PARADIGM FOR THE DEVELOPMENT OF THE TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY (ON THE EXAMPLE OF THE IVANOVO REGION)

Abstract. The article examines the innovative industrial cluster as a new paradigm for the development of the textile and clothing industry in the conditions of an innovative economy, determines its essence and content.

Key words: innovative economy, innovative industrial cluster, public-private partnership, main subjects of partnership, principles of partnership.

В работе С. Д. Бодрунова «Интеграция как фактор глобальной трансформации общественного устройства» указывается, что «Современное глобальное развитие находится в бифункциональной фазе революции. Страны мира и их интеграционные объединения сталкиваются с новыми вызовами, преодоление которых в рамках традиционных теоретических концепции и реализованных на практике механизмов затруднительно. Требуется смена парадигмы развития» [1, с. 7]. В связи этим особый интерес вызывает исследование становления инновационного текстильно-промышленного кластера в Ивановской области, как новая парадигма развития текстильной и швейной промышленности и способ реализации достижений инновационной экономики.

Для анализа инновационного текстильно-промышленного кластера в условиях становления инновационной экономики используется следующая логическая последовательность:

– инновационная экономика как материальная основа становления указанного кластера;

– инновационный текстильно-промышленный кластер как новая парадигма развития текстильной и швейной промышленности;

– инновационный текстильно-промышленный кластер, как система экономических отношений между основными субъектами экономики.

Реализация указанной выше логической последовательности позволит обеспечить полноту, достоверность и непротиворечивость исследования.

Первый этап логической последовательности предполагает рассмотрение инновационной экономики как материальной основы становления инновационного текстильно-промышленного кластера.

Инновационная экономика – это стремление общества получить значительный рост экономических результатов за счет внедрения научных, технических и технологических новшеств во всех сферах человеческой деятельности, а также кардинальных изменений в обучении современного работника [2, с. 331].

Результатом функционирования инновационной экономики является разработка, внедрение и распространение инновационной продукции.

Инновационная продукция – это конечный результат творческой деятельности людей, получивший воплощение в виде принципиально новой или усовершенствованной продукции, а также ее практической значимости и результативности использования, т. е. способности удовлетворить возвышающиеся потребности и запросы современных потребителей [4, с. 331].

Такое понимание инновационной экономики и ее результатов раскрывается совокупностью четырех основных составляющих.

Первой составляющей инновационной экономики является ее информационный характер, определяющий ее способность генерировать, анализировать, а также эффективно использовать большие объемы информации.

В этом случае особое значение приобретает положение о том, что информация не может быть уничтожена, она очень адаптивна, нестабильна и характеризуется субъективным характером полезности. В связи с этим развитие инновационного текстильно-промышленного кластера должно быть непрерывным, постоянно качественно и количественно изменяющимся.

Второй составляющей инновационной экономики считается ее творческий характер, позволяющий создавать и использовать новые материалы и продукты, совершенствовать технику и технологический процесс, а также разрабатывать современные модели одежды.

В этом случае особое значение начинает приобретать положение о том, что изменяется сам характер инновационного текстильно-промышленного кластера. На смену его традиционному функционированию, с ориентацией на количественные показатели работы текстильной и швейной промышленности, должен прийти инновационный подход, с ориентацией на внедрение принципиальных новых изменений во всех сферах деятельности.

Третьей составляющей инновационной экономики можно считать ее глобальный характер, определяемый способностью расширять границы распространения трудовой деятельности, преодолевать ее национальные границы и формировать ее международную полезность.

В этом случае особое значение начинает приобретать положение о том, что инновационный текстильно-промышленный кластер, будет настолько производительным, насколько он сумеет усвоить наследие, созданное прежними поколениями всего мира, и улучшить его собственными инновационными достижениями;

Четвертой составляющей инновационной экономики является ее социальный характер, определяемый ее способностью ориентировать международное и национальное производство на удовлетворение общественных потребностей, формировать единый уровень потребления этих благ и единые условия их производства и реализации.

В этом случае особое значение начинает приобретать положение о том, что уровень развития инновационного текстильно-промышленного кластера должен отражать всемирный уровень производства и потребления. В связи с этим становление инновационного текстильно-производственного кластера должно быть построено на учете всех новых и передовых знаний, накопленных во всем мире.

Таким образом, процесс становления и развития инновационной экономики приведет к формированию инновационного текстильно-промышленного кластера, как нового этапа развития текстильной и швейной промышленности.

Второй этап логической последовательности предполагает рассмотрение инновационного текстильно-промышленного кластера как новая парадигма развития текстильной и швейной промышленности.

Инновационный текстильно-промышленный кластер представляет собой расположенную в границах региона совокупность текстильных производств по изготовлению, переработке, реализации и утилизации отходов этих видов деятельности, а также предприятий производственной, финансовой и социальной инфраструктуры, обеспечивающих их функционирование.

Системным свойством инновационного текстильного кластера, объединяющим всю совокупность указанных видов деятельности в единое целое, является основной вид используемого сырья, так как оно определяет единство используемой техники, технологии и трудовых навыков, а также направления их будущего развития.

На основании этого системного свойства в развитии текстильной и швейной промышленности Верхневолжского региона России можно выделить следующие друг за другом этапы:

– становление производства домашнего текстиля и холщовых полотен в XVII–XVIII веках. В основе этого этапа лежало производство льняных и конопляных волокон в близлежащих регионах России, а также их переработка в домашнем хозяйстве, на основе ремесленной техники;

– создание и развитие ситценабивного производства в XIX – начале XX века, связанное с переходом от льняных волокон к хлопку. Основой этого процесса стала замена дорого американского хлопка, привозимого из Англии, на дешевый Узбекский хлопок, а также замена ремесленной техники на фабричную, постройка железной дороги из Узбекистана в Россию и проведение работы по повышению качества хлопка и его переработке;

– разработка и применение в производстве, кроме традиционных тканей, инновационных тканей (синтетических и искусственных тканей, смесовых тканей с заранее заданными свойствами) и трикотажных полотен, начиная со второй половины XX века. Основой этого этапа стали кардинальные открытия в химии и развитие химической промышленности.

Каждый из указанных этапов имел свое особое значение для создания инновационного текстильно-промышленного кластера в Ивановской области, но приоритетное значение получил последний этап [3, с. 293].

В настоящее время инновационный текстильно-промышленный кластер выступает как новая парадигма развития текстильного и швейного производства, так как он представляет собой целостное единство инновационных свойств:

- создание инновационной текстильной продукции из хлопчатобумажных, льняных, синтетических и искусственных нитей;
- разработка и внедрение новой и модернизированной техники и технологических процессов для производства текстильной продукции из этих видов сырья;
- подготовка рабочей силы нового качества и формирование творческого отношения к труду, для работы в инновационном текстильном кластере;
- создание новой системы переработки и реализации текстильной продукции, а также утилизации ее отходов.

Таким образом, инновационный текстильный промышленный кластер – это новая парадигма развития текстильного и швейного производства, так как она представляет собой целостное единство используемой инновационной техники, технологии и труда.

Третий этап логической последовательности предполагает рассмотрение инновационного текстильного кластера как системы экономических отношений между основными субъектами экономики.

Функционирование инновационного текстильно-промышленного кластера основано на противоречивом единстве интересов трех основных субъектов экономики:

- государство в лице федеральной и местной власти, заинтересованного в росте производства, повышении его эффективности и обеспечении экономической безопасности в этом виде продукции, с целью получения все видов налоговых платежей;
- частный сектор, представленный индивидуальными коллективными и акционерными предпринимателями, заинтересованными в производстве и реализации продукции, с целью получения прибыли;
- современный работник, представленный всеми видами населения, заинтересованными в обеспечении своих доходов и условий трудовой деятельности.

Отношения между этими тремя субъектами, объединяется в государственно-частное партнерство.

Государственно-частное партнерство – это система отношений, возникающих между государством, частным сектором и обществом в текстильной и швейной промышленности, по поводу совместного использования всех видов ресурсов, повышения эффективности функционирования этих видов деятельности и роста материального благосостояния граждан нашей страны.

Такое понимание государственно-частного партнерства позволит решать следующие основные проблемы, возникающие в процессе реализации достижений третьей промышленной революции:

- привлечь во все виды промышленности дополнительные частные и государственные инвестиции, на основе совместного с государством финансирования инновационных проектов;
- сформировать условия для проведения научных исследований и опытно-конструкторских разработок, в процессе объединения усилий

государства и частного сектора в финансировании и проведения научных исследований и подготовки кадров;

– повысить эффективность производства, на основе создания экономических и институциональных условий для модернизации и замены устаревших основных фондов, повышения квалификации рабочей силы и совершенствования управления;

– создать условия для увеличения количества и повышения качества текстильной и швейной продукции, в результате проведения единой государственной политики стандартизации и контролирования этой продукции;

– изменить роль современного работника в направлении уменьшения физического труда и росте умственного, с развитием его творческого характера;

– поднять роль предпринимателя во всех видах деятельности, за счет разработки и принятия целого комплекса институциональных мер.

Таким образом, государственно-частное партнерство позволит оказать благоприятное воздействие на процесс развития текстильной и швейной промышленности нашей страны и получить дополнительные эффекты.

Библиографический список

1. Бодрунов С. Д. Интеграция как фактор глобальной трансформации общественного устройства // Перспективные интеграционные процессы в мировой экономике: нооподход: сб. материалов IX Санкт-Петербургского междунар. конгр. (СПЭК-24) / под общ. ред. С. Д. Бодрунова. Т. 1. М.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2024. 328 с.
2. Булыгина Т. А., Солдатов В. В. Мотивация наемных работников в условиях инновационной экономики // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики: сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2014. Вып. 7 (23). С. 331–337.
3. Солдатов В. В. Национальная безопасность, технологический суверенитет и научное лидерство (на примере текстильной и швейной промышленности) // Перспективные интеграционные процессы в мировой экономике: нооподход: сб. материалов IX Санкт-Петербургского междунар. конгр. (СПЭК-24) / под общ. ред. С. Д. Бодрунова. Т. 1. М.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2024. 328 с.
4. Сурин А. В., Молчанова О. П. Инновационный менеджмент: учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. 368 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 339.138

А. М. Панов

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье проводится комплексный анализ маркетинговых стратегий российских предприятий на международных рынках. Рассматриваются теоретические и практические подходы к выбору стратегий, а также возникающие сложности и возможности для российского бизнеса. Исследуется значимость адаптации и локализации маркетинга в зависимости от специфики рынка, анализируются факторы успешной реализации, включая цифровизацию, устойчивое развитие и культурные особенности. Приведены рекомендации для повышения конкурентоспособности российских компаний на мировой арене, а также даны предложения по совершенствованию маркетинговой стратегии в условиях усиления глобализации и международной конкуренции.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, международные рынки, российские предприятия, адаптация, локализация, цифровизация, устойчивое развитие.

А. М. Панов

MARKETING STRATEGIES OF RUSSIAN ENTERPRISES IN INTERNATIONAL MARKETS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract. The article provides a comprehensive analysis of the marketing strategies of Russian enterprises in international markets. Theoretical and practical approaches to the choice of strategies are considered, as well as emerging difficulties and opportunities for Russian business. The importance of adaptation and localization of marketing depending on the specifics of the market is investigated, the factors of successful implementation, including digitalization, sustainable development and cultural characteristics are analyzed. Recommendations are given to increase the competitiveness of Russian companies on the world stage, as well as suggestions for improving marketing strategies in the context of increasing globalization and international competition.

Key words: marketing strategy, international markets, Russian enterprises, adaptation, localization, digitalization, sustainable development.

© Панов А. М., 2024

2024. Вып. 4 (62) •

Введение

Несмотря на то, что современный мир уже не так рьяно стремится к глобализации, на смену которой приходит деглобализация, у компаний по-прежнему есть возможность заниматься международной торговлей. Для некоторых российских компаний есть возможности по освоению новых рынков. Однако высокий уровень конкуренции и потребность в глубокой адаптации маркетинговых стратегий под специфику стран делают этот процесс весьма сложным и затратным. Данное исследование направлено на выявление особенностей маркетинговых стратегий российских предприятий, их преимуществ и ограничений на международной арене, а также на разработку практических рекомендаций по повышению их конкурентоспособности.

Многие российские компании выходят на международные рынки с целью диверсификации бизнеса, повышения выручки и улучшения своего имиджа на фоне ограничений внутреннего рынка. Однако реализация этих целей требует применения нестандартных стратегий, в частности, гибкого подхода к локализации и учета культурных различий потребителей. С учетом существующих политических и экономических условий российский бизнес вынужден преодолевать ряд барьеров, включая санкции, культурные и социальные различия, а также регуляторные ограничения, которые требуют постоянного пересмотра подходов к маркетингу и адаптации продукции.

Цель данной статьи – выявить проблемы и перспективы, с которыми сталкиваются российские компании при выходе на международные рынки, а также предложить рекомендации для успешного ведения бизнеса в условиях глобализации.

Теоретические аспекты маркетинговых стратегий на международных рынках

Маркетинговые стратегии компаний на международных рынках можно рассматривать через призму следующих подходов: стандартизация, адаптация, гибридные модели и инновационные подходы:

– стандартизация. Основной целью стандартизации является минимизация затрат за счет использования единой маркетинговой стратегии на всех целевых рынках. Компании стремятся поддерживать единый имидж, структуру и стиль бренда. Примером стандартизированного подхода может служить стратегия компаний, выпускающих продукты, имеющие схожие потребительские свойства вне зависимости от региона (например, Coca-Cola, McDonald's). В отличие от международных корпораций, российские компании часто сталкиваются с трудностями при применении данной стратегии из-за культурных и законодательных различий на зарубежных рынках. Неправильное использование стандартизации может привести к негативному восприятию бренда и потере интереса потребителей;

– адаптация. Стратегия адаптации ориентирована на тщательное изучение культурных особенностей и предпочтений целевой аудитории. Российские компании, стремящиеся выйти на новые рынки, зачастую вынуждены менять не только внешний вид товара, но и его характеристики, такие как вкусовые или технологические параметры, чтобы соответствовать ожиданиям местных потребителей [10, с. 207]. Например, компании, выходящие на рынки Ближнего Востока, учитывают местные традиции и стандарты, что позволяет им завоевывать доверие местных потребителей;

– гибридные стратегии. Они представляют собой комбинированный подход, сочетающий элементы как стандартизации, так и адаптации. Это позволяет компаниям, с одной стороны, сохранить ключевые элементы своего бренда, а с другой – подстроиться под специфику целевого рынка [8, с. 135]. Российские компании, выходящие на рынки стран Восточной Европы и Азии, часто используют данный подход, совмещая элементы адаптации (например, изменения в упаковке и рекламных кампаниях) с сохранением базовых характеристик продукта;

– инновационные подходы. Цифровизация бизнеса и развитие интернет-технологий позволяют компаниям применять персонализированные стратегии маркетинга. Например, использование технологий больших данных позволяет компаниям анализировать предпочтения потребителей и предлагать им товары, максимально удовлетворяющие их потребности. Это особенно актуально для таких рынков, как Китай, где уровень технологической зрелости выше, чем в большинстве стран.

На практике выбор стратегии зависит от множества факторов, таких как специфика отрасли, объем инвестиций, состояние экономики страны и уровень развития конкурентов.

Классификация маркетинговых стратегий для российских предприятий на международных рынках

Существует множество классификаций маркетинговых стратегий. Самыми популярными являются классификации по М. Портеру, Ф. Котлеру и др. [3, с. 127; 2, с. 89; 1, с. 143]. Их предназначение в том, чтобы выделить и объяснить основные виды маркетинговых стратегий, которые используют компании. Эти классификации можно обобщить, т. е. объединить их в одну для лучшего понимания данного вопроса. Рассмотрим обобщенную классификацию.

1) Стратегии мультикультурной адаптации: данный тип стратегии нацелен на детальную проработку культурных различий и локальных потребностей, что выходит за рамки традиционного подхода «адаптации». Российские компании в рамках этой стратегии не просто корректируют свои продукты под местные предпочтения, но активно внедряют культурные особенности на всех уровнях маркетинга: от упаковки и рекламы до каналов взаимодействия и обслуживания клиентов. Это позволяет компании выстраивать доверительные отношения с потребителями и формировать устойчивый имидж бренда на рынке.

2) Стратегии антикризисной локализации: этот тип стратегии предполагает использование подходов, способствующих минимизации рисков, связанных с политическими и экономическими барьерами. Российские компании, сталкивающиеся с санкциями, торговыми ограничениями или нестабильными экономическими условиями, могут интегрировать элементы локализации, снижая зависимость от внешних поставок и адаптируя продукт под местные условия. Например, для экспорта на рынок стран Азии или Африки могут создаваться продукты с учетом национальных стандартов качества и доступных местных материалов.

3) Экопартнерские стратегии: включение принципов устойчивого развития и партнерства с местными поставщиками и организациями становится важной конкурентной стратегией для международного бизнеса. В рамках

данной стратегии российские компании могут внедрять экологически чистые и социально ответственные практики, сотрудничая с местными компаниями, что способствует повышению лояльности и привлечению экологически сознательной аудитории. Например, российская компания может применять на рынке стран ЕС упаковку из перерабатываемых материалов, что не только отвечает регуляторным требованиям, но и привлекает потребителей, озабоченных проблемами экологии.

4) Цифровые стратегии таргетированной персонализации: в данной стратегии используются возможности цифровых технологий для создания персонализированных предложений, основанных на анализе больших данных и предпочтений пользователей. Российские компании, применяя эту стратегию, могут адаптировать контент, предложения и продуктовые линейки для каждого целевого сегмента в разных странах. Это особенно актуально на рынках с высоким уровнем цифровизации, таких как страны Азии и Северной Америки, где такие технологии позволяют создавать и поддерживать индивидуализированное взаимодействие с потребителями в режиме реального времени.

Основные проблемы российских предприятий на международных рынках

Российские предприятия, пытающиеся выйти на международные рынки, сталкиваются с рядом сложностей, которые можно условно разделить на несколько групп [4, с. 98]:

1) Культурные и языковые барьеры: одна из основных сложностей, с которой сталкиваются российские компании, – это необходимость учитывать культурные и языковые различия целевого рынка. На примере выхода на китайский рынок, многие компании сталкиваются с проблемой непонимания местных традиций и привычек. Так, использование красного цвета, который считается символом удачи в Китае, может помочь в создании положительного имиджа компании. Недооценка культурных особенностей может привести к негативному восприятию бренда и потерям на начальном этапе выхода на рынок.

2) Политические и экономические ограничения: российские компании сталкиваются с барьерами в виде санкций и ограничений на международных рынках, что затрудняет их экспортные операции [6, с. 81]. Особенно это касается стран ЕС и Северной Америки, где наличие санкций ограничивает доступ к определенным категориям товаров и технологий. Это создает препятствия для ведения бизнеса и требует создания новых каналов поставок и альтернативных партнеров.

3) Регуляторные требования и стандарты качества: во многих странах существуют строгие стандарты качества и сертификации, которые предъявляются к импортируемым товарам. Соответственно, российским компаниям необходимо учитывать национальные требования и адаптировать свои продукты для успешной сертификации. Например, производители продуктов питания должны учитывать санитарные нормы стран ЕС, что требует дополнительных инвестиций в производство и контроль качества.

4) Конкуренция с местными и глобальными брендами: выход на новые рынки также связан с необходимостью конкурировать с локальными и международными компаниями, которые уже закрепили свои позиции на рынке [5, с. 205]. Локальные компании часто лучше понимают потребности и предпочтения своей аудитории, что создает дополнительные сложности для российских брендов.

Перспективы и возможности развития российских предприятий на международных рынках

Несмотря на описанные выше сложности, у российских компаний есть значительные перспективы для успеха на международных рынках. Опираясь на успешные практики и адаптацию к местным условиям, российские компании могут повысить свою конкурентоспособность, реализовав следующие возможности:

1) Адаптация и локализация маркетинга: глубокая адаптация маркетинговой стратегии под специфику целевого рынка позволяет создать уникальный продукт, способный удовлетворить потребности местного населения. Локализация касается не только упаковки и названия, но и содержания продукта, в том числе его вкусовых и визуальных характеристик. Например, в азиатских странах популярностью пользуются продукты с яркими и насыщенными вкусами, тогда как в странах Европы потребители предпочитают более нейтральные вкусовые профили.

2) Создание стратегических альянсов: партнерство с местными игроками позволяет российским компаниям быстрее и с меньшими затратами освоить новые рынки. В странах с высоким уровнем регуляции стратегические альянсы с местными компаниями позволяют не только сократить затраты на адаптацию, но и создать доверие среди местных потребителей. Например, в странах Ближнего Востока российские компании могут сотрудничать с местными производителями, чтобы быстрее выйти на рынок, учитывая местные стандарты.

3) Использование цифровых технологий: внедрение цифровых технологий позволяет российским компаниям более гибко адаптироваться к изменениям на международных рынках. С помощью анализа данных компании могут отслеживать предпочтения потребителей и корректировать свои предложения в режиме реального времени [11, с. 357]. Например, компании могут использовать технологии искусственного интеллекта для создания персонализированных предложений, что способствует увеличению продаж и улучшению имиджа бренда.

4) Устойчивое развитие: современные потребители все чаще обращают внимание на социальную ответственность и устойчивое развитие компании. Включение принципов устойчивого развития в стратегию компании может стать конкурентным преимуществом на зарубежных рынках [7, с. 100]. Российские компании, интегрирующие элементы экологической ответственности в свои продукты, могут привлечь внимание международной аудитории, особенно в странах Европы и Северной Америки, где экологическая повестка занимает важное место.

5) Создание многофункциональных команд: формирование многофункциональных команд, состоящих из представителей различных культур и специалистов по международному маркетингу, позволяет создать более эффективную стратегию выхода на новые рынки [9, с. 185]. Такие команды могут обеспечить более глубокое понимание местных предпочтений и повысить адаптивность компании к изменениям на рынке.

Заключение

Выход российских компаний на международные рынки сопряжен с рядом значительных вызовов и ограничений. Тем не менее, успешно преодолевать эти препятствия помогает целостный подход, включающий продуманный выбор маркетинговых стратегий и их адаптацию под условия каждого конкретного рынка. Внедрение комбинированных и гибких стратегий, создание международных партнерств и активное применение цифровых решений позволяют российскому бизнесу не только закрепиться на мировой арене, но и повысить свою конкурентоспособность. Дополнительное внимание к культурным особенностям целевой аудитории, а также приверженность принципам устойчивого развития способствуют росту доверия к бренду среди потребителей.

Библиографический список

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Вильямс, 2007. 647 с.
2. *Портер М.* Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Диджитал, 2019. 608 с.
3. *Портер М.* Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Интеллектуальная Литература, 2021. 948 с.
4. *Ганеева К. В., Тулуева Ч. Э.* Проблемы выхода отечественных предприятий на внешний рынок в условиях конкуренции // Карельский научный журнал. 2016. № 4 (17). С. 97–99.
5. *Грошев И. В., Краснослободцев А. А.* Особенности создания и продвижения бренда на мировом рынке // Проблемы современной экономики. 2013. № 13 (100). С. 205–211.
6. *Журавков А. А.* Проблемы и перспективы внешнеэкономической деятельности русских компаний в условиях санкционных мер // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 8 (102). С. 81–84.
7. *Измайлова М. А.* Устойчивое развитие как новая составляющая корпоративной социальной ответственности // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2021. Т. 12, № 2. С. 100–113.
8. *Индилов Э. В.* Гибридные стратегии как направление дифференциации продукта // Экономическая теория, анализ, практика. 2013. С. 123–138.
9. *Непарко М. В., Хозеева И. Н.* Важность межкультурных компетенций в формировании команд мобильных менеджеров // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 50. С. 185–188.
10. *Петров Ю. И.* Адаптация отечественной продукции к требованиям мировых и региональных рынков // Актуальные вопросы экономических наук. 2011. С. 202–209.
11. *Сергеев А. Ю., Кононов М. Д.* Влияние цифровизации и цифровых технологий на ведение современного бизнеса // Вестник науки. 2024. № 6 (75). С. 357–366.

УДК 332.142.6

А. А. Суркова

РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОРПОРАЦИИ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Аннотация. В статье рассматривается влияние компании ООО «Эггер Древпродукт Шуя» на экологическую ситуацию и устойчивое развитие Ивановской области. Анализируются основные экологические инициативы предприятия, направленные на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду, а также внедрение принципов устойчивого лесопользования. Исследование подчеркивает важность корпоративной социальной ответственности в контексте устойчивого развития региона и предлагает рекомендации по дальнейшему улучшению экологической политики предприятия.

Ключевые слова: ESG, экология, устойчивое развитие, деревообрабатывающая промышленность.

А. А. Surkova

THE ROLE OF THE CORPORATION'S ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION

Abstract. The article examines the influence of Egger Drevproduct Shuya on the environmental situation and sustainable development of the Ivanovo region. The main environmental initiatives of the enterprise aimed at minimizing the negative impact on the environment, as well as the introduction of the principles of sustainable forest management, are analyzed. The study highlights the importance of corporate social responsibility in the context of sustainable development of the region and offers recommendations for further improvement of the company's environmental policy.

Key words: EGS, ecology, sustainable development, woodworking industry.

В современном мире вопросы экологии и устойчивого развития выходят на первый план, и компании все чаще сталкиваются с необходимостью внедрять ответственные практики в свою деятельность. Концепция EGS (Environmental, Social, and Governance) представляет собой подход, который акцентирует внимание на экологических, социальных и управленческих аспектах деятельности организаций [6, с. 63]. Она направлена на оценку устойчивости и этичности компаний, а также их влияния на общество и окружающую среду. В рамках этой концепции корпорации играют ключевую роль в устойчивом развитии регионов, так как их действия могут значительно влиять на экономическое, социальное и экологическое состояние местных сообществ.

Корпорации, внедряя принципы EGS, могут способствовать устойчивому развитию регионов через:

– экологическую ответственность: снижение негативного воздействия на окружающую среду, внедрение технологий, способствующих охране природы и рациональному использованию ресурсов [1, с. 24];

– социальную ответственность: поддержка местных сообществ, создание рабочих мест, улучшение условий труда и жизни населения [2, с. 47];

– эффективное управление: прозрачность в управлении, соблюдение этических норм и стандартов, что способствует доверию со стороны общества и инвесторов. Научные исследования подтверждают, что компании, активно внедряющие принципы EGS, не только способствуют устойчивому развитию, но и получают конкурентные преимущества на рынке [5, с. 2845].

ООО «Эггер Древпродукт Шуя», крупнейший производитель древесных материалов в России, часто подвергается критике в вопросах экологии. Предприятие является частью международной группы компаний ЭГГЕР, специализирующейся на производстве древесных материалов и изделий. Компания расположена в городе Шуя и занимается переработкой древесины, производством плит, фанеры и других древесных продуктов. Основные направления деятельности включают производство древесно-стружечных плит (ДСП), древесно-волоконных плит (ДВП), а также выпуск различных отделочных материалов и комплектующих для мебельной промышленности. Группа компаний ЭГГЕР ориентируется на обеспечение высокого качества своей продукции, соблюдение экологических стандартов и внедрение современных технологий в производственные процессы. В дополнение к этому, компания участвует в формировании экологической культуры в регионе, что способствует устойчивому развитию Ивановской области [12]. ЭГГЕР не ограничивается декларацией своей экологической ответственности, а подтверждает её конкретными действиями.

В частности, группа внедряет передовые технологии, направленные на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду. Особое внимание уделяется энергосбережению на всех этапах производственного процесса. Внедрение современных технологий, таких как высокоэффективное оборудование и автоматизированные системы управления, позволяет значительно снизить потребление энергии и оптимизировать производственные процессы.

Кроме того, Группа компаний активно использует возобновляемые источники энергии, включая биомассу, что способствует снижению углеродного следа. Согласно официальным данным, ЭГГЕР ежегодно сокращает выбросы CO₂ на 746 000 тонн. При этом 75 % выбросов CO₂, связанных с деятельностью компании, образуются в результате получения энергии из возобновляемых горючих материалов, которые являются нейтральными по уровню содержания углекислого газа [9].

Относительно Ивановской области, основными загрязнителями воздушного бассейна региона продолжают оставаться теплоэнергетические предприятия, такие как Ивановский филиал ОАО «ТГК-6» (ТЭЦ-2 и ТЭЦ-3), а также ОАО «Техуглерод и резина», выбросы от которых составляет более 50 % всех выбросов от стационарных источников. Тем не менее, общая картина по загрязнению показывает относительную стабильность сложившейся ситуации [10].

В вопросе утилизации отходов шуйский завод внедряет замкнутый цикл производства, максимально перерабатывая отходы производства. Более 95 % отходов производства используется повторно, а оставшаяся часть направляется на переработку сторонним предприятиям [11]. Циркулярная экономика отвечает требованиям ESG-повестки и представляет собой более устойчивую модель по сравнению с традиционной линейной экономикой. Компания активно инвестирует в технологии, позволяющие перерабатывать даже те виды отходов, которые ранее считались непригодными для вторичного использования [7].

Производство использует древесину, полученную из устойчиво управляемых лесов, сертифицированных по стандарту FSC (Forest Stewardship Council) и PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) [14]. Использование древесины из устойчиво управляемых лесов, сертифицированных по стандартам FSC и PEFC, имеет несколько важных аспектов.

Во-первых, это свидетельствует о том, что предприятие придерживается принципов устойчивого лесопользования, что способствует сохранению экосистем и биоразнообразия. Во-вторых, такая практика поддерживает ответственные методы ведения лесного хозяйства, что помогает предотвратить вырубку лесов и деградацию природных ресурсов. В-третьих, сертификация по данным стандартам обеспечивает прозрачность цепочки поставок и гарантирует, что древесина была получена законным и этичным образом.

«Эггер Древпродукт Шуя» не только внедряет принципы экологически ответственного производства на своем предприятии, но и участвует в повышении экологической культуры в регионе. Прежде всего, предприятие осуществляет информирование населения о принципах устойчивого развития. В рамках данной деятельности организуются экскурсии на производственные мощности для школьников и студентов, что позволяет ознакомить население области с основами экологически ответственного производства. Кроме того, завод проводит информационные кампании в средствах массовой информации, в которых освещаются ее экологические практики и подчеркивается важность ответственного отношения к природе. Участие в экологических форумах и конференциях также является важной частью стратегии компании, позволяющей делиться опытом и продвигать идеи устойчивого развития [15].

Кроме того, «Эггер Древпродукт Шуя» участвует в социальных проектах, направленных на сохранение биологического разнообразия, очистку водоемов и восстановление лесных насаждений. Компания сотрудничает с местными властями и общественными организациями для реализации экологических инициатив [13].

Однако, в деятельности компании существует несколько проблем в области ESG. Прежде всего, это вопрос о безопасности продукции, производимой компанией.

В процессе производства плит, таких как ДСП, МДФ и ХДФ, карбамидно-формальдегидная смола используется в качестве связующего компонента. Однако в готовых изделиях под воздействием различных внешних факторов происходит постепенное разрушение химических связей, что приводит к эмиссии (выделению) формальдегида. Наибольшую опасность формальдегид представляет в закрытых помещениях с нарушенной циркуляцией воздуха, что способствует накоплению газа. Ламинированные ДСП низкого качества могут стать источником проблем: разрушение облицовки в процессе

эксплуатации мебели может привести к повышению уровня выделения формальдегида, что, в свою очередь, может вызвать ряд тяжелых болезней [3].

В связи с этим во многих странах установлены стандарты, регулирующие допустимые уровни формальдегида в древесно-стружечных плитах. Ламинированным ДСП присваивается класс эмиссии, обозначаемый буквой E и цифрой (0,5; 1; 2). На данный момент, ЛДСП, производимые компанией, обладают классом эмиссии E1 [15], однако такой класс не позволяет использовать плиты для производства мебели в ряде случаев, таких как оборудование медицинских помещений и др.

Кроме того, вымачивание древесины в формальдегиде на деревообрабатывающих заводах может вызывать несколько проблем, как с точки зрения здоровья работников, так и с точки зрения экологии. Формальдегид является токсичным веществом, которое может вызывать раздражение дыхательных путей, аллергические реакции и другие проблемы со здоровьем при длительном воздействии. Кроме того, использование формальдегида может привести к загрязнению окружающей среды, если не соблюдаются соответствующие меры безопасности и утилизации [3]. В этой связи, важно инвестировать в новые технологии, способствующие снижению класса эмиссии продукции, а также в модернизацию газоочистных механизмов.

Также, существует проблема замены оборудования компании Эггер в связи с западными санкциями против России и невозможностью поставки новых запчастей из Австрии. С точки зрения экологичности производства, это может иметь ряд последствий. Прежде всего, задержка в поставках запчастей может привести к увеличению времени простоя оборудования, что негативно сказывается на производственных процессах и, как следствие, на общей эффективности использования ресурсов. Это может привести к увеличению выбросов углерода на душу населения, так как неэффективное использование оборудования требует больше энергии.

Кроме того, замена оборудования на более старые или менее эффективные модели может привести к увеличению потребления энергии и ресурсов, что также негативно скажется на экологической устойчивости компании. Старое оборудование может иметь более высокий уровень выбросов и потреблять больше энергии, что противоречит современным стандартам экологичности.

Также, в условиях санкций компания может быть вынуждена искать альтернативные источники запчастей, что может привести к использованию менее экологически чистых материалов или технологий, что также негативно скажется на производственном процессе.

В качестве решения существующих проблем на производстве ООО «Эггер Древопродукт Шуя» предлагается внедрение некоторых инициатив ESG-повестки (табл. 1).

Таблица 1

**Возможные инициативы ESG-повестки
на производстве ООО «Эггер Древпродукт Шуя»**

Инициатива ESG	Описание инициативы
Инновации и технологии	1. Использование цифровых технологий для мониторинга процессов. 2. Разработка новых экологически чистых продуктов. 3. Сотрудничество с научными и исследовательскими учреждениями.
Локализация производства	1. Наладка производства или сборки необходимых запчастей на территории России для сокращения зависимости от импорта и углеродного средства, связанного с транспортировкой.
Поиск альтернативных поставщиков	1. Изучение возможности сотрудничества с другими производителями, которые могут предложить аналогичные запчасти или оборудование, соответствующее экологическим стандартам.
Социальная ответственность	1. Программы обучения для сотрудников. 2. Участие в социальных проектах в регионе.

Источник: составлено автором.

Эта таблица может служить основой для разработки и внедрения ESG-инициатив на деревообрабатывающем заводе, способствуя улучшению его устойчивости и социальной ответственности.

Однако, интеграция ESG в корпоративную стратегию компании может иметь ряд последствий в экономическом, социальном и экологическом плане. В этой связи, необходимо провести SWOT-анализ для всесторонней оценки рассматриваемых инициатив (табл. 2).

Таблица 2

**SWOT-анализ инициатив ESG-повестки
на деревообрабатывающем заводе**

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Устойчивое использование ресурсов: внедрение ESG-инициатив способствует более рациональному использованию древесины и других ресурсов, что может снизить затраты и повысить эффективность.</p> <p>2. Улучшение имиджа: активное участие в ESG-инициативах может повысить репутацию завода среди клиентов, партнеров и инвесторов, что может привести к увеличению продаж и привлечению новых клиентов.</p> <p>3. Соответствие нормативным требованиям: реализация ESG-инициатив помогает заводу соответствовать современным экологическим и социальным стандартам, что снижает риск штрафов и санкций.</p>	<p>1. Высокие первоначальные затраты: внедрение ESG-инициатив может потребовать значительных инвестиций в технологии и обучение персонала, что может быть финансово обременительным для завода.</p> <p>2. Сложности в интеграции: изменение существующих процессов и внедрение новых стандартов может вызвать сопротивление со стороны сотрудников и потребовать времени для адаптации.</p>

Возможности	Угрозы
<p>1. Доступ к новым рынкам: участие в ESG-инициативах может открыть доступ к новым рынкам и клиентам, которые ценят устойчивое производство и экологические стандарты.</p> <p>2. Привлечение инвестиций: компании с сильной ESG-повесткой могут привлечь больше инвестиций от фондов и инвесторов, ориентированных на устойчивое развитие.</p> <p>3. Инновации: внедрение новых технологий и практик в рамках ESG может привести к инновациям в производственных процессах и продуктовых предложениях.</p>	<p>1. Конкуренция: другие компании в отрасли могут также активно внедрять ESG-инициативы, что может привести к усилению конкуренции за клиентов и инвестиции.</p> <p>2. Изменение законодательства: возможные изменения в законодательстве могут создать дополнительные требования к ESG-инициативам, что потребует дополнительных ресурсов и усилий для соблюдения.</p> <p>3. Рынок и потребительские предпочтения: изменения в потребительских предпочтениях могут повлиять на спрос на продукцию, если клиенты не будут ценить или осознавать преимущества ESG-инициатив.</p>

Источник: составлено автором.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что, несмотря на существующие вызовы и риски, внедрение ESG-инициатив на деревообрабатывающем заводе представляет собой стратегически важный шаг, который может привести к долгосрочным преимуществам и устойчивому развитию бизнеса.

Таким образом, компании, внедряющие ESG на производстве, стремятся минимизировать негативное воздействие на окружающую среду. Это включает в себя сокращение выбросов углерода, эффективное использование ресурсов и управление отходами, что способствует улучшению качества окружающей среды в регионе.

Кроме того, внедрение ESG способствует улучшению социальных условий в регионе. Компании, ориентированные на социальные факторы, могут поддерживать местные сообщества, создавать рабочие места и обеспечивать справедливые условия труда, что в свою очередь способствует социальной стабильности и развитию. ЭГПЕР может стимулировать инновации, так как наблюдается тенденция поиска компаниями новых способов снижения воздействия на окружающую среду и улучшения социальных условий. Это может повысить конкурентоспособность бизнеса и региона в целом.

Эффективное управление и соблюдение этических норм способствуют повышению доверия со стороны инвесторов, клиентов и партнеров. Прозрачность в управлении позволяет избежать коррупционных практик и способствует более устойчивому развитию бизнеса.

Наконец, компании, внедряющие ESG-принципы, могут получить доступ к новым рынкам и инвестициям, так как все больше инвесторов ориентируются на устойчивое развитие. Это может привести к увеличению прибыли и конкурентоспособности на рынке. В целом, инвестиции в региональные предприятия способствуют экономическому росту и развитию, что приносит пользу как бизнесу, так и обществу в целом.

Библиографический список

1. *Денисов В. А.* Основы природопользования и энергосбережения. М.: Лань, 2018. 408 с.
2. *Перская В. В., Огрызов А. А., Зверева А. Д.* Стратегии ESG и социализация деятельности компаний в современных условиях (зарубежный опыт) // Социально-трудовые исследования. 2022. С. 46–55.
3. *Сергиенко А. В., Яцун И. В.* Нормирование и контроль эмиссии формальдегидов из древесных материалов // Проблемы науки. 2018.
4. *Филиппова Т. В., Склюева А. М.* Актуальность ESG-стратегии в современных санкционных условиях в Российской Федерации // Digital: науч. журнал. 2022. Т. 3, № 3.
5. *Eccles R. G., Ioannou I., Serafeim G.* The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance // Management Science. 2014. № 60 (11). P. 2835–2857.
6. *Porter M. E., Kramer M. R.* (2011). Creating Shared Value // Harvard Business Review. 2011. № 89 (1-2). P. 62–77.
7. Вторичное использование древесины. URL: <https://www.egger-russia.ru/about-us/environment-sustainability/recycling/> (дата обращения: 27.10.2024).
8. Доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Ивановской области в 2017 году». URL: <https://eco.ivanovoobl.ru/%D0%94%D0%9E%D0%9E%D0%A1%202018.pdf/> (дата обращения: 27.10.2024).
9. Защита климата с помощью возобновляемых источников энергии. URL: <https://www.egger-russia.ru/about-us/environment-sustainability/renewable-energy/> (дата обращения: 27.10.2024).
10. Материалы для подготовки государственного доклада «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации» по Ивановской области. URL: https://37.rospotrebnadzor.ru/files/content/content00004017_01.pdf/ (дата обращения: 27.10.2024).
11. Обзор отчетов по устойчивому развитию. URL: <https://www.egger-russia.ru/about-us/environment-sustainability/sustainability-reports/> (дата обращения: 27.10.2024).
12. Официальный сайт компании ЭГГЕР. URL: <https://www.egger-russia.ru/> (дата обращения: 27.10.2024).
13. ЭкоЭггер Фест в Шпе. URL: <https://ivafond.ru/novosti/my-na-ekoeggerfeste-v-shue-rasskazali-o-vazhnosti-derevev-i-soprovodili-posadku-lip-v-gorodskom-park/> (дата обращения: 27.10.2024).
14. Downloads about environment and sustainability. URL: <https://www.egger.com/en/about-us/environment/downloads?country=MT/> (accessed: 27.10.2024).
15. Environmental and Health Datasheet (EHD). URL: <https://www.egger-russia.ru/support/downloads/> (accessed: 27.10.2024).

Сведения об авторах

Information about the authors

БОРОВКОВА Наталия Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, bnv7777@ya.ru

BOROVKOVA Natalia Vladimirovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, bnv7777@ya.ru

ИРОДОВА Елена Евгеньевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, elirodova@yandex.ru

IRODOVA Elena Evgenievna – Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, elirodova@yandex.ru

МЕДВЕДЕВА Мария Валерьевна – кандидат экономических наук, доцент, Ивановский государственный политехнический университет, г. Иваново, Россия, mmv_777@mail.ru

MEDVEDEVA Maria Valeryevna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Ivanovo State Polytechnic University, Ivanovo, Russia, mmv_777@mail.ru

НОВИКОВ Александр Иванович – доктор экономических наук, профессор, Владимирский филиал РАНХиГС, г. Владимир, Россия, novikov-ivanovo50@yandex.ru

NOVIKOV Alexander Ivanovich – Doctor of Economics, Professor, Vladimir Branch of RANEPА, Vladimir, Russia, novikov-ivanovo50@yandex.ru

ПАНОВ Алексей Михайлович – студент магистратуры кафедры экономики и предпринимательства, направление подготовки «Экономика», направленность «Экономика фирмы и внешнеэкономическая деятельность», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, alexpanov14.ap@gmail.com

PANOV Alexey Mikhailovich – Master's student of the Department of Economics and Entrepreneurship, the field of study «Economics», the focus «Firm Economics and foreign Economic activity», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, alexpanov14.ap@gmail.com

СОЛДАТОВ Вадим Владимирович – кандидат экономических наук, доцент, г. Иваново, Россия, vv_soldatov@rambler.ru

SOLDATOV Vadim Vladimirovich – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Ivanovo, Russia, vv_soldatov@rambler.ru

СУРКОВА Александра Александровна – студентка магистратуры, направление подготовки «Экономика фирмы и внешнеэкономическая деятельность», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, alweex3@gmail.com

SURKOVA Alexandra Alexandrovna – Master's student, specialty «Firm Economics and foreign Economic activity», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, alweex3@gmail.com

ШУГОЛЬ Анастасия Дмитриевна – студентка, направление подготовки «Экономика предприятий и организаций», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, anastasia.shugol.000@gmail.com

SHUGOL Anastasia Dmitrievna – student, field of study «Economics of enterprises and organizations», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, anastasia.shugol.000@gmail.com

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА
«ВЕСТНИК ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»
Серия «ЭКОНОМИКА»

УСЛОВИЯ И ПОРЯДОК ПРИЕМА ПУБЛИКАЦИИ

Статьи направляются в редакцию **только в электронном виде** по адресу: politeconom@yandex.ru (кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства).

1. Редакция принимает к публикации материалы, соответствующие специализации журнала, отличающиеся высокой степенью научной новизны, теоретической и практической значимости, ранее не опубликованные в других изданиях.

2. Авторами статей могут быть ученые-исследователи, докторанты, аспиранты, соискатели, студенты старших курсов. Для студентов, аспирантов и соискателей обязательно наличие отзыва научного руководителя, при этом отзыв не заменяет рецензию.

3. К публикации принимаются научные статьи, выполненные в строгом соответствии с требованиями к оформлению рукописей. Материалы, не отвечающие предъявляемым требованиям, к рассмотрению не принимаются.

4. Редакция оставляет за собой право распределять статьи по основным рубрикам журнала.

5. Научные статьи принимаются в течение года и в случае положительных результатов внутренней экспертизы (рецензирования) включаются в очередной номер журнала в порядке поступления.

6. Необходимым условием для включения статьи в журнал является получение положительной рецензии от экспертов редакции, признанных ученых в данной области научного знания.

7. Окончательное решение о приеме научной статьи к публикации принимается редакционной коллегией журнала. Извещение о решении редакционной коллегии направляется автору.

8. После выхода в свет журнал размещается в свободном электронном доступе на сайте Научной электронной библиотеки, на официальном сайте Ивановского государственного университета.

ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИКАЦИИ И ЕЕ ОФОРМЛЕНИЮ

Редакция принимает статьи, оригинальность которых составляет не менее 70 %.

Материалы, представляемые в редакцию, должны быть оформлены в виде следующих файлов:

1) текст статьи с аннотацией и ключевыми словами на русском и английском языке;

2) сведения об авторе (фамилия, имя, отчество; ученые степень и звание, должность и место работы/учебы или соискательства – на русском и английском языках; домашний и служебный адреса, номера контактных телефонов, адрес электронной почты);

3) отзыв научного руководителя/консультанта для аспирантов и соискателей (отсканированный вариант с подписью и с печатью).

Файлы должны быть поименованы по фамилии автора (например, Иванов1, Иванов2, Иванов3).

Электронный вариант статьи выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word. Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: формат – А4; поля – верхнее – 2,7 см, левое и правое – 4 см, нижнее – 4,6 см; гарнитура (шрифт) – Times New Roman; кегль – 11; межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1 см.

Минимальный объем текста статьи с аннотацией, ключевыми словами и списком литературы – **не менее 12 тыс. знаков**. Максимальный объем текста статьи – не более 30 тыс. знаков с пробелами. Статьи большего объема могут приниматься в случае мотивированной необходимости представить развернутые результаты исследования, а также при высокой теоретической и/или практической значимости публикации.

Материал должен быть оформлен в следующей последовательности:

В верхнем левом углу индексы УДК.

На следующей строке в верхнем правом углу **полужирным курсивом** (Times New Roman 12) – **инициалы и фамилия автора** статьи на русском и английском языках.

Через интервал название статьи – выравнивание по левому краю, **строчными (малыми) буквами, полужирным шрифтом**, Times New Roman 12 – на русском и английском языках.

Через интервал аннотация на русском и английском языках (150-250 слов) – Times New Roman 10; словосочетание «**ключевые слова**» и «**key words**» – **полужирным курсивом** – Times New Roman 10, сами ключевые слова и/или словосочетания на русском и английском языках (5–6) – Times New Roman 10.

Далее через интервал – основной текст.

После основного текста через 1 интервал следует **Библиографический список** (Times New Roman 10, ФИО авторов **курсивом**). Список литературы формируется **по алфавитному принципу**, нумерация порядковая.

Ссылки в тексте статьи приводятся в квадратных скобках в строгом соответствии с пристатейным списком литературы. Библиографическое описание литературных источников к статье оформляется в соответствии с ГОСТами 7.1–2003, 7.0.5–2008. В выходных сведениях обязательно указание издательства и количества страниц, в ссылке на электронный ресурс – даты обращения.

Дополнительные рекомендации:

- для выделения слов, фрагментов текста можно использовать курсив, подчеркивание. Разбивка не допускается;
- переносы только автоматические;
- сноски для примечаний постраничные, ставятся автоматически;
- между инициалами и фамилией ставится непрерывный пробел (shift + ctrl + пробел);
- при цитировании используются кавычки «», при внутреннем цитировании ставятся " ";
- должно соблюдаться пунктуационное и графическое отличие «–» (тире: ctrl + alt + минус на правой числовой клавиатуре) от «-» (дефиса);
- для обозначения промежутка между датами, номерами страниц и т.п. используется «–» (тире). Например, 1920–1930 гг., с. 258–259;

Редакция оставляет за собой право осуществлять литературную правку, редактирование и сокращение текстов статей.

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ СТАТЕЙ

1. Все статьи, поступившие в редакцию, проходят независимое рецензирование.

Статьи студентов, аспирантов и соискателей принимаются и передаются на рецензирование только при наличии положительного отзыва научного руководителя/консультанта. Сопроводительные документы должны быть подписаны и заверены печатью (присылаются сканом на электронную почту).

2. Рукопись научной статьи, поступившая в редакцию журнала, рассматривается ответственным секретарем на предмет соответствия профилю журнала, основным положениям требований к публикациям и их оформлению, утвержденным редакционной коллегией журнала (см. «Требования к публикации и ее оформлению»).

3. О поступлении статьи и ее дальнейшем рецензировании ответственный секретарь сообщает авторам по электронной почте. Если формальные требования к материалу, представленному на публикацию, не выполнены, то статья к публикации не принимается «по формальным признакам» и об этом сообщается автору.

4. Ответственный секретарь направляет статью на рецензирование. Рецензирование проводится конфиденциально для автора рукописи, носит закрытый характер. Рецензенты уведомляются о том, что присланные им рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению. Для проведения рецензирования рукописей статей в качестве рецензентов могут привлекаться как члены редакционной коллегии журнала, так и высококвалифицированные ученые и специалисты, в том числе из других организаций, обладающие глубокими профессиональными знаниями и опытом работы по конкретному научному направлению. Рецензентом не может быть соавтор рецензируемой работы.

5. Рецензент оценивает: соответствие содержания статьи ее названию; актуальность и новизну рассматриваемой в статье проблемы, обоснованность и продуктивность методов исследования объекта, оригинальность решения проблемы и значимость полученных выводов, логику и стиль изложения, целесообразность публикации статьи. Рецензии на рукописи статей хранятся в редакционной коллегии в течение пяти лет со дня публикации статей, копии рецензий направляются в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

6. Сроки рецензирования в каждом отдельном случае определяются с учетом создания условий для оперативной публикации статьи, но не более 6 месяцев. Редакция издания направляет автору представленных материалов по его запросу копии рецензии без подписи и фамилии рецензента или мотивированный отказ.

7. Если в рецензии содержатся рекомендации по исправлению и доработке статьи, ответственный секретарь журнала направляет их автору с предложением учесть при подготовке нового варианта статьи или аргументировано (частично или полностью) опровергнуть. Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена в исправленном виде в течение месяца. К переработанной рукописи необходимо приложить письмо от авторов, содержащее ответы на все замечания и поясняющее все изменения, сделанные в статье (отдельным файлом и по тексту статьи выделить изменения цветом). Доработанная (переработанная) автором статья с сопровождающими комментариями повторно направляется на рецензирование. Датой поступления в редакцию считается дата возвращения доработанной статьи.

8. В случае несогласия с мнением рецензента автор статьи имеет право предоставить аргументированный ответ в редакцию журнала.

9. Редакция оставляет за собой право отклонения статей в случае неспособности или нежелания автора учесть пожелания редакции.

10. При наличии отрицательной рецензии на рукопись или на ее доработанный вариант статья отклоняется с обязательным уведомлением автора о причинах такого решения. Статья, не рекомендованная рецензентом к публикации, к повторному рассмотрению не принимается.

11. Не допускаются к публикации в научном журнале статьи:

- содержащие ранее опубликованный материал;
- содержащие недобросовестные заимствования;
- представленные без соблюдения правил оформления публикаций;
- авторы которых отказываются от технической доработки публикации;
- авторы которых не выполняют конструктивные замечания рецензента или аргументировано не опровергают их;
- представляющие собой отдельные этапы незавершённых исследований.

12. В случае положительной рецензии и рекомендации рецензентом материала к публикации рукопись и текст рецензии рассматриваются на заседании редколлегии. Решение о целесообразности публикации принимается редколлекгией. После принятия редколлекгией решения о допуске статьи к публикации ответственный секретарь журнала информирует об этом автора по электронной почте и указывает возможные сроки публикации.

13. Очередность публикации статей определяется регистрационной датой их поступления в редакцию. Работы, посвящённые особо актуальным проблемам науки, а также содержащие принципиально новую информацию, могут, по решению редакционной коллегии, быть опубликованы вне очереди.

14. Редколлегия имеет право на собственное редактирование присланной рукописи без ущерба для ее содержания и авторского стиля.

15. Все материалы проходят проверку на плагиат. Оригинальность принимаемых к публикации материалов должна составлять не менее 70 %.

16. Если публикация статьи повлекла нарушение чьих-либо авторских прав или общепринятых норм научной этики, то редакция журнала вправе изъять опубликованную статью.

17. Редколлегия журнала не хранит и не возвращает рукописи, не принятые к печати. Рукописи, принятые к публикации, не возвращаются.

18. Редакция не вступает с авторами в содержательное обсуждение статей, переписку по методике написания и оформления научных статей и не занимается доведением статей до необходимого научно-методического или технического уровня.

Электронное сетевое издание

**ВЕСТНИК
ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**
Серия «Экономика»
2024. Вып. 4 (62)

[12+]

Издается в авторской редакции

директор издательства *Л. В. Михеева*
технический редактор *И. С. Сибирева*
компьютерная верстка *С. Г. Коноваловой*

Дата размещения на сайте 27.11.2024.

Формат 70 × 108¹/₁₆. Уч.-изд. л. 3,1. Объем 2,5 МБ.

Издательство «Ивановский государственный университет»

✉ 153025 Ивановская обл., г. Иваново, ул. Ермака, 39

☎ (4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru